



Estudio sobre las necesidades de financiación del comercio de la CAPV y la percepción y satisfacción con los planes y programas de ayudas públicas existentes.

SÍNTESIS DE RESULTADOS

14 DE ENERO DE 2.011

Índice

1.- PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	3
1.1. Planteamiento general de la investigación	4
1.2. Objetivos de la investigación	7
1.3.. Planteamiento metodológico	10
2.- ESCENARIO DE PARTIDA	19
3.- LA APROXIMACIÓN A LAS NECESIDADES DE FINANCIACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS PLANES DE AYUDA DESDE LAS PERSPECTIVA DE LOS EXPERTOS	21
4.- LAS NECESIDADES DE FINANCIACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL VASCA	30
5.- LAS PREVISIONES DE NECESIDADES DE FINANCIACIÓN EXTERNA EN 2011	45
6.- VÍAS DE RESOLUCIÓN DE LAS NECESIDADES DE FINANCIACIÓN; EL PAPEL DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS	50
7.- GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS PROGRAMAS DE AYUDA INSTITUCIONALES	66
8.- EMPRESAS QUE HAN PARTICIPADO EN PLANES Y PROGRAMAS DE AYUDAS	71
9.- LOS MEDIOS DE CONOCIMIENTO DE PLANES Y PROGRAMAS DE AYUDAS; AGENTES QUE INTERVIENEN	76
10.- LA VALORACIÓN DE LA EXPERIENCIA EN LA TRAMITACIÓN DE LAS AYUDAS Y GRADO DE SATISFACCIÓN	79
11.- MOTIVOS DE NO PARTICIPACIÓN EN LOS PROGRAMAS DE AYUDAS; ELEMENTOS QUE ACTUAN COMO FRENOS PARA EL SECTOR	84
12.- CONSIDERACIONES FINALES	87

The background of the slide is a collage of various Euro banknotes, including 100, 50, 20, and 10 Euro notes, arranged in a slightly overlapping and blurred manner. The colors are muted and semi-transparent, creating a textured, financial backdrop.

1.

“Planteamiento metodológico”

1.1. Planteamiento general

Todos somos sabedores del origen financiero de la actual crisis económica y una de sus importantes consecuencias es la retracción del consumo. La caída del consumo privado, en el conjunto del estado, en 2.009 fue próximo al 3,3%, mientras que en el cuatrienio de 2.004 a 2.007 creció un 4% de media, lo que nos ha llevado a los niveles de 2.005.

Las causas de esta reducción del consumo interno radicarón inicialmente en una menor disposición del efectivo en manos del consumidor que retrajo su gasto ante la incertidumbre del escenario económico que produjo una fuerte pérdida de confianza en la población y en el consumidor.

Básicamente se instaló la desconfianza en el consumidor ante el devenir del escenario económico, hacia la seguridad y estabilidad del puesto de trabajo y la continuidad de sus ingresos.

Ante tal desconfianza, los cambios en la conducta económica del consumidor han sido claros: reducción del consumo e incremento del ahorro. Los consumidores han contenido sus gastos superfluos, han retrasado la compra de bienes de consumo duradero o su reposición, etc, lo que ha disparado las tasas de ahorro y, en consecuencia, la masa de dinero disponible en manos del público que no se está gastando, consumiendo en compras en nuestros comercios.

Posiblemente porque gran parte de las compras, del gasto de consumo importante que hasta 2.008 hacían los consumidores se financiaba de alguna manera (préstamos al consumo, financiación mediante tarjeta de crédito, fragmentación del pago o financiación del propio establecimiento, préstamos express, etc). Pero además, la actual crisis se caracteriza también por una mayor exigencia de garantías por parte de las entidades financieras, aspecto que penaliza el consumo, especialmente, de bienes duraderos.

Consecuencia de todo ello ha sido y es, no sólo la contracción del consumo y la caída de las ventas en el comercio en todas sus ramas, sino un incremento de las necesidades de financiación del sector de la distribución comercial y del consumo concreto para mantenerse y seguir con su actividad comercial.

En esta coyuntura de crisis la distribución en general y los comercios en concreto, están teniendo seguramente especiales dificultades para financiar su circulante (stock, crédito a clientes, pago a proveedores, sueldos y salarios, etc). Es posible que las entidades financieras les estén exigiendo mayores garantías y en muchos casos negando la financiación necesaria. Además se encuentran las necesidades de financiación de nuevas inversiones en el caso de empresarios, comerciantes emprendedores que tienen nuevos proyectos en cartera o para las inversiones en modernización, siempre necesarias en un comercio.

Como es lógico pensar, esta caída de las ventas y aumento de la necesidad de financiación afecta sobre manera al pequeño comercio ya que además de su menor capacidad financiera, dispone de menos recursos, no sólo económicos, sino profesionales o de conocimiento para poder buscar y gestionar su propia financiación.

Por esto en una coyuntura como la actual, conocer y analizar profundamente las necesidades de financiación de la distribución comercial, identificar las necesidades de aplicación de la financiación, las fuentes habituales y actuales de financiación y qué respuestas están dando, se vuelve una información imprescindible para poder enfocar, orientar mejor los planes y programas existentes o rediseñarlos para que se adapten lo mejor posible a las necesidades del sector.

Por otra parte, desde las administraciones públicas son numerosas las líneas de ayuda destinadas al apoyo en la gestión, la innovación, la excelencia, el emprendizaje o la financiación tanto de autónomos, de micropymes y pymes.

Pero es preciso conocer si estos planes son conocidos por los propios comerciantes, si se han planteado recurrir a ellos, y habiéndolo hecho, conocer cuáles han sido los resultados y cuáles son los niveles de satisfacción con los mismos. Igualmente es necesario conocer las razones o motivos de aquellos, que conociendo estos programas no han recurrido a su solicitud.

1.2. Objetivo general

El objetivo general consiste en **identificar y profundizar** en el análisis de las **necesidades de financiación del sector de la distribución de la CAPV**, pudiendo identificar si estas corresponden a la coyuntura actual o son tributarias de un carácter más estructural.

Es objetivo general también, establecer el **grado de conocimiento de los programas de ayudas** existentes por parte de la administración, **opinión y valoración** que suscitan, así como conocer el **nivel de satisfacción** con los mismos que expresa el sector.

Objetivos específicos de la investigación cualitativa

- ✓ Explorar la situación financiera del comercio: los problemas de financiación y las necesidades de financiación existentes.
- ✓ Identificar la importancia y gravedad de las actuales necesidades de financiación del comercio, en función: del ámbito de su aplicación, importe, urgencia, evolución de los últimos dos o tres años, etc.
- ✓ Analizar las **necesidades concretas** de financiación respecto a su origen y aplicación en relación a:
 - ✓ Las causas de esas necesidades,
 - ✓ Posibles aplicaciones de esa financiación: circulante, inversiones, etc.
 - ✓ Las fuentes, formas y condiciones de financiación precisas,
 - ✓ Los apoyos y ayudas necesarios para tramitar y gestionar las solicitudes de financiación.
 - ✓ Las vías seleccionadas para solucionar estas necesidades.
- ✓ Indagar en el conocimiento de las actuales Ayudas y Programas Públicos de apoyo al comercio, a los autónomos y micropymes a los que los comercios se pueden acoger o solicitar, especialmente los específicos para el comercio; Cuáles se conocen y cuáles no, interés demostrado por ellos, solicitud o no de los mismos y valoración del proceso.

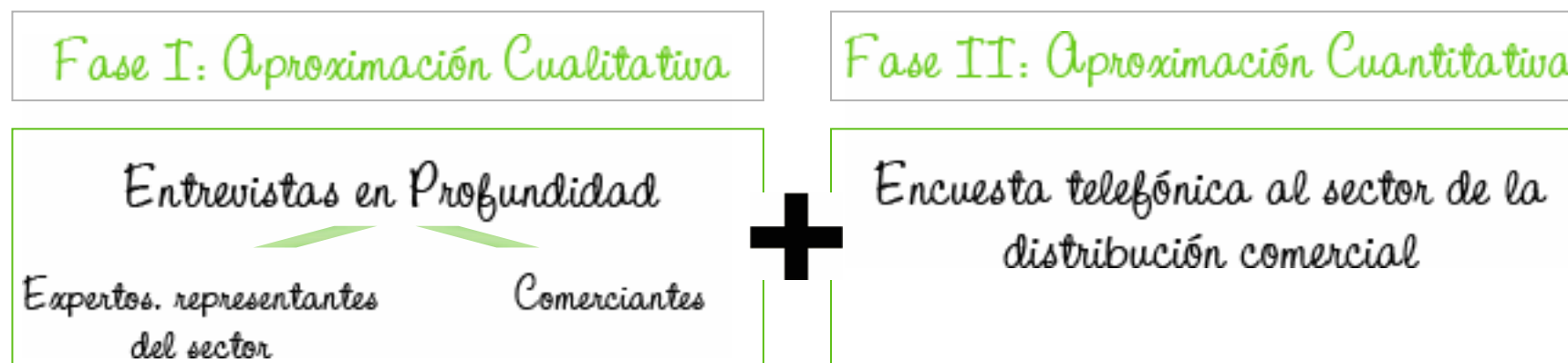
Objetivos específicos de la investigación cuantitativa

Los objetivos de la investigación cuantitativa se centran en el **dimensionamiento** de las **necesidades** de financiación del sector de la distribución comercial, así como el conocimiento de las ayudas existentes, y su acceso o valoración. En definitiva:

- ✓ Conocer el **ratio** o **tasa de empresas** de distribución que han tenido necesidades de financiación y que tendrán que recurrir a fuentes ajenas.
- ✓ Establecer el **margen** o **banda de financiación** necesitado en función de las características de las empresas.
- ✓ Conocer el **volumen de empresas** que considera que en el próximo ejercicio **tendrá necesidades de financiación**.
- ✓ Analizar el **grado de conocimiento de los Programas de Ayudas** existentes para el sector, estableciendo los ratios o tasas de conocimiento de los Programas Públicos.
- ✓ Evaluar el **grado de satisfacción** con las Ayudas y Programas Públicos de apoyo al sector.
- ✓ Detectar **áreas del ejercicio empresarial** susceptibles de ser a futuro **Programas de Ayudas** para el sector de la distribución comercial.

1.3. Planteamiento metodológico

Con el propósito de cumplir con los objetivos desarrollados con anterioridad se ha visto la necesidad de combinar dos enfoques diferenciados. Por un lado, profundizar en la visión de los expertos, de los informantes clave así como comerciantes sobre las necesidades del sector, para posteriormente, cuantificar el ratio o tasa de empresas con necesidades de financiación y el grado de conocimiento de los Programas de Ayudas.



La ficha técnica de la investigación cualitativa

METODOLOGÍA

- Exploración y análisis **cualitativo**.

TÉCNICA DE ESTUDIO

- Se ha trabajado mediante entrevistas abiertas en base a un guión semi-estructurado.

PÚBLICO OBJETIVO

- El universo de estudio se ha compuesto de dos tipos de públicos.
 - Líderes de opinión: representantes del sector, de asociaciones de comerciantes, técnicos de comercio de Cámaras o de los Ayuntamientos de las capitales, responsables de los segmentos de comercio de las Cajas de Ahorros y entidades financieras, con opiniones formadas.
 - Comerciantes, propietarios o gerentes de comercio minoristas y mayoristas que representan la opinión de la generalidad de los comercios de la CAPV.

ESTRUCTURA DE LA MUESTRA

- Se han realizado un total de 24 entrevistas distribuidas de la siguiente manera:
 - 12 entrevistas a líderes de opinión y representantes del sector, distribuidas de la siguiente forma:
 - 6 entrevistas a representantes, gerentes, etc. de asociaciones de comerciantes, distribuidas entre las tres capitales.
 - 4 entrevistas a técnicas o técnicos de Comercio de las Cámaras, y de los Ayuntamientos y a responsables de departamentos de Promoción Económica de Ayuntamientos.
 - 2 entrevistas a responsables de los segmentos mencionados en banca o cajas de ahorro.

- 12 entrevistas en comerciantes, propietarios de comercios o gerentes de comercios, distribuidas de la siguiente forma:
 - 8 entrevistas a representantes, gerentes de comercios minoristas de los siguientes ramos: alimentación, equipamiento personal, equipamiento del hogar, libros y regalos, perfumería y cosmética, etc.; repartidas por territorios a razón de 3 en Bizkaia, 3 en Gipuzkoa y 2 en Araba.
 - 4 entrevistas a representantes, gerentes de comercios mayoristas repartidos por territorios a razón de 2 en Bizkaia, 1 en Gipuzkoa y 1 en Araba.

FECHAS DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

- Del 8 al 23 de noviembre de 2.010

La ficha técnica de la investigación cuantitativa

METODOLOGÍA

- Exploración y análisis **cuantitativo**.

TÉCNICA DE ESTUDIO

- Se ha trabajado mediante **entrevista telefónica** con cuestionario semiestructurado, es decir, compuesto, por preguntas abiertas y cerradas.
- Entrevista telefónica aplicada por **sistema CATI** (Computer Aided Telephone Interview) en plataforma equipada con el sistema de encuestación Integra.

UNIVERSO Y PÚBLICO OBJETIVO

- Toda empresa radicada en CAPV perteneciente a los siguientes CNAEs de 2.009; **Venta y reparación de vehículos de motor** (grupo 45), **Comercio al por mayor** (grupo 46), **Comercio al por menor** (grupo 47) y **Reparación de artículos y enseres** (grupo 95).
- El sujeto de opinión lo constituye el propietario, gerente o representante legal de la propiedad y con capacidad de toma de decisiones en los aspectos económicos de la gestión del comercio o empresa de la distribución comercial.

DISEÑO DE LA MUESTRA: MUESTRA REALIZADA

- Se han realizado **900** entrevistas lo que supone operar con un **margen de error de $e=\pm 3,2\%$** (para un nivel de confianza del 9,5%, 2σ respecto de μ , siendo $p=q=0,5$) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.

DISEÑO DE LA MUESTRA: TIPO DE MUESTREO

- Con el propósito de obtener una muestra que garantice suficiencia estadística en el análisis de los diferentes sectores de actividad y tamaños de empresa, se ha establecido un muestreo aleatorio estratificado en base a tres criterios; territorio, sector de actividad y tamaño de empresa.
- La afijación otorgada a cada estrato a sido no proporcional; afijación simple a las variables, territorio, sector de actividad y tamaño de empresa.
- La muestra diseñada para el trabajo de encuestación ha sido:

Muestra no proporcional. Criterio de afijación simple.						
Territorio	Estrato empleo	Total	Sector de actividad			
			Venta y reparación de vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Reparación de artículos y enseres
Araba	De 1 a 2	33	5	10	15	3
	De 3 a 5	33	5	10	15	3
	De 6 a 9	37	10	10	15	2
	De 10 a 19	37	10	10	15	2
	De 20 a 49	35	10	10	15	
	50 o más	25	10	10	5	
	Total		200	50	60	80
Bizkaia	De 1 a 2	67	15	20	27	5
	De 3 a 5	69	17	20	27	5
	De 6 a 9	69	17	20	27	5
	De 10 a 19	69	17	20	27	5
	De 20 a 49	63	17	20	26	
	50 o más	63	17	20	26	
	Total		400	100	120	160
Gipuzkoa	De 1 a 2	49	10	16	20	3
	De 3 a 5	49	10	16	20	3
	De 6 a 9	54	15	17	20	2
	De 10 a 19	54	15	17	20	2
	De 20 a 49	47	10	17	20	
	50 o más	47	10	17	20	
	Total		300	70	100	120

DISEÑO DE LA MUESTRA: TIPO DE MUESTREO

- Posteriormente, los datos se han equilibrado respecto a la verdadera proporcionalidad del tejido empresarial en los territorios de la CAPV procediendo a su ponderación. Para ello se han tenido en cuenta los datos del Eustat del Directorio de Actividades Económicas (2010) del número de empresas por sector de actividad y territorio, y del DIRCE para el estrato de asalariados.
- Así la distribución muestral una vez equilibrada es la siguiente:

Muestra Teórica proporcional a la realidad del tejido empresarial vasco.						
Territorio	Estrato empleo	Total	Sector de actividad			
			Venta y reparación de vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Reparación de artículos y enseres
Araba	De 1 a 2	93	7	24	60	3
	De 3 a 5	11	1	3	7	0
	De 6 a 9	5	1	2	2	0
	De 10 a 19	2	0	1	1	0
	De 20 a 49	1	0	1	0	0
	50 o más	0	0	0	0	0
	Total	113	9	31	70	3
Bizkaia	De 1 a 2	396	25	100	259	12
	De 3 a 5	47	5	14	28	1
	De 6 a 9	21	2	9	9	0
	De 10 a 19	9	1	5	2	0
	De 20 a 49	5	1	3	1	0
	50 o más	2	0	1	1	0
	Total	480	34	132	301	13
Gipuzkoa	De 1 a 2	254	17	62	168	7
	De 3 a 5	30	3	9	18	0
	De 6 a 9	13	1	6	6	0
	De 10 a 19	6	1	3	2	0
	De 20 a 49	3	1	2	1	0
	50 o más	1	0	0	0	0
	Total	307	23	81	195	8

NOTA: En el informe que se desarrolla a continuación se detallan las bases muestrales en su recuento no ponderado así como su correspondencia tras el equilibrado, mostrando el planteamiento teórico basado en la obtención de suficiencia estadística, especialmente en aquellos casos en los que las bases son más reducidas. La información se recoge de la siguiente forma: (n= base no ponderado/base tras el equilibrado)

FECHAS DE REALIZACIÓN DE LA FASE CUANTITATIVA

- Las fechas de realización de la fase de investigación cuantitativa han sido:
 - Aprobación del cuestionario: 9 de diciembre de 2.010.
 - Inicio del trabajo de campo: 13 de diciembre de 2.010.
 - Finalización del trabajo de campo: 20 de diciembre de 2.010.
 - Codificación, grabación y proceso de datos: del 21 al 27 de diciembre de 2.010.
 - Informe y presentación de resultados: 14 de enero de 2.011.



2.

“Escenario de partida”

- A la hora de analizar tanto las necesidades de financiación del comercio como la percepción que se posee de los Planes y Programas de Ayudas públicas existentes, son dos los públicos a los que se ha acudido y cuyo discurso conviene diferenciar.



- A pesar de que muchas de sus apreciaciones pueden coincidir en cuanto a los contenidos, se observa un claro matiz en cuanto a las valoraciones realizadas. Mientras que los comerciantes realizan un análisis mucho más centrado en lo inmediato y en el “ahora”, los líderes de opinión se posicionan en una perspectiva más amplia y de algún modo “estratégica”. En consecuencia mientras que las opiniones de los comerciantes van a incidir en ámbitos más palpables y proteccionistas; las de los líderes abogarán por planteamientos de trabajo más de calado y a futuro que trabajen en una reestructuración del sector.
- Para explorar ambos discursos con claridad, se realizará en un primer capítulo una primera aproximación al punto de vista de los líderes y su perspectiva; para en un segundo lugar integrar los resultados obtenidos de las empresas de distribución comercial tanto en la encuesta realizada como en las entrevistas en profundidad.

The background of the slide is a blurred image of several Euro banknotes, including a 10 Euro note and a 20 Euro note, with various colors like green, yellow, and purple visible. The text is overlaid on this background.

3.

“La aproximación a las necesidades de financiación y valoración de los Planes de Ayuda desde las perspectiva de los expertos ”

- Lo primero que destaca a la hora de hablar de las necesidades que posee el comercio, es la existencia de un sentir general entre los líderes que les lleva a considerar que de un modo global **las necesidades** que los comercios pueden tener son muchas pero en muchos casos **desconocidas o de difícil articulación**.

“Los comercios tienden a decir que necesitan muchas cosas, pero cuando se les pregunta cuáles no saben concretar”.

“Muchos comerciantes no saben ni lo que necesitan”.

- Esta “incapacidad” por tangibilizar su demanda, generalmente provoca que sus necesidades se manifiesten relacionadas con el ámbito financiero y aquellas partidas más económicas que tienen que ver con su negocio.

 Líneas de crédito  Pago de nóminas  Rehabilitación de locales  Circulante  Pagos de proveedores  Flexibilidad en préstamos...

“Para ellos lo fundamental es contar con vías que les den tela al momento y un cash amplio para hacer frente a los diferentes pagos”.

- Actualmente son notables y diversas las ayudas que desde diferentes entidades se ofrecen al comercio. Todas ellas además, afirman realizar una importante difusión de la información existente a través de:
 - Sus páginas webs,
 - Boletines informativos,
 - Cartas a comerciantes,
 - Gabinetes de comercio,
 - Asociaciones de comerciantes,
 - Servicios de asesoramiento,
 - Boletines oficiales,
 - Oficinas de dinamización,
 - Etc.
- Sin embargo, a la hora de valorar el conocimiento existente en torno a ellas la mayor parte de los comercios manifiestan tener



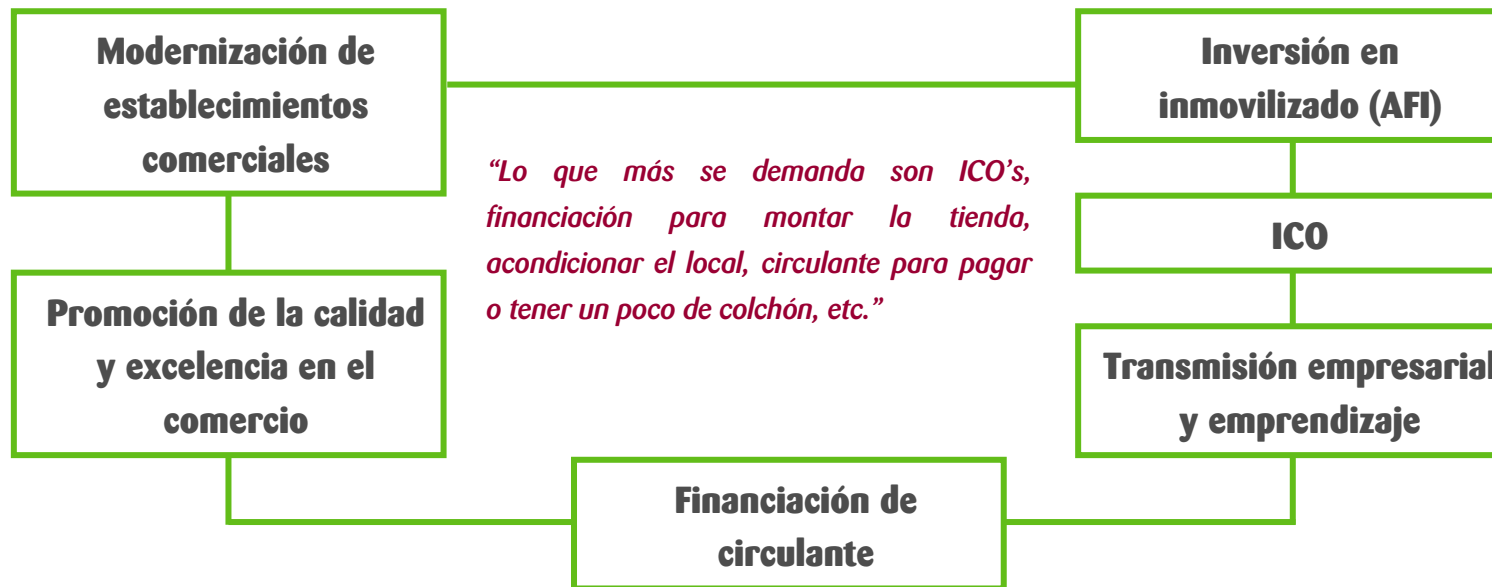
UNA RELEVANTE IGNORANCIA EN RELACIÓN A ELLAS

“Se sacan miles de ayudas ¿pero quién se entera?. Se publican, se mandan, pero los comerciantes no lo están mirando todos los días”.

“Generalmente dicen que no tienen ni idea o no se enteran, pero lo han recibido. Lo que pasa es que no lo leen o no lo miran”.

“Generalmente no tienen conocimiento porque no tienen tiempo para buscar. No van a estar mirando el BOE o todas las cartas de sol a sol todos los días”.

- A pesar de que el desconocimiento en torno a los programas y ayudas parece ser amplio, algunos de ellos logran destacar o alcanzar cierta notoriedad entre el conjunto de los existentes, con diferentes valoraciones y nivel de satisfacción.



Modernización de establecimientos comerciales

- Resulta uno de los programas que surge en el discurso de los entrevistados con mayor notoriedad e índice más altos de valoración en cuanto a su adaptación a las necesidades del comercio.
 - “Por sus características ha sido uno de los que más se ha difundido”.
 - “Una de las ayudas que más se demanda es la ayuda para rehabilitar su local”.
- Sus elementos más valorados son:
 - Las mejoras implementadas en el plan.
 - “Es un programa que se ha mejorado convenientemente”.
 - “Ha sido bien redirigido”.
 - “Se ha ajustado no solo a comprar un ordenador sino a subvencionar una reforma integral del local”.
 - Su visibilidad y resultados
 - “Ha tenido mucha más aceptación porque es una mejora palpable dentro de la tienda”.
 - “Ha funcionado porque el tema del equipamiento informático y la reforma ha sido un éxito”.
 - La facilidad de su tramitación
 - “Es muy fácil de solicitar, mientras que para las financieras necesitan mucho asesoramiento y no es nada fácil”.
 - “No tienen que hacer un montón de papeleo para sacar dos duros”.
 - La bonificación realizada a aquellos comerciantes “proactivos y comprometidos”.
 - “Han dado más si perteneces a la asociación de comerciantes, si haces cosas de calidad..., son porcentajes mínimos pero te están primando”.
 - “Que por estar asociados les hayan dado más puntos de subvención también es algo positivo, se han visto compensados”.

Promoción de la calidad y excelencia en el comercio

- Resulta un programa muy valorado por considerar que da respuesta a la mayor parte de las necesidades de calado que posee el comercio (formación, gestión, estrategia...).

“Explica muchas de las dudas que tenían, que es un ratio financiero, cómo conseguirlo, cómo gestionar tu personal, la estrategia de empresa...”

“Los han cogido con muchas ganas, aunque se han asustado porque son 9 módulos y desde los primeros han visto que muchas de las cosas que estaban haciendo, las estaban haciendo mal”

- Sin embargo, en ocasiones puede resultar para los comerciantes una herramienta excesivamente avanzada para el nivel que los comerciantes atesoran, lo que provoca que en muchos casos se echen hacia atrás o se muestren reticentes a formar parte de ella e incorporarla a su actividad diaria.

“Muchos no pueden acceder a ello por falta de tiempo, es demasiado”

“A lo mejor hemos puesto una herramienta demasiado potente y el ámbito no está aún preparado”

“No se puede hablar de estrategia y rentabilidades a alguien que no sabe hacer el precio de venta el público o que ni siquiera tiene una caja registradora”

“Está muy bien pensada, se nota que vienen de gente preparada que conoce el comercio, aunque algunas tienen un nivel demasiado alto para el tipo de comercio de la zona”

Financiación de circulante

- A pesar de que a priori podía resultar una ayuda muy interesante para obtener circulante a través de operaciones de préstamo y líneas de crédito en condiciones ventajosas, la sensación generalizada es que dentro del ámbito del comercio ha resultado prácticamente imposible acceder a este tipo de ayudas. Las razones esgrimidas han sido varias:

- Las condiciones, de la ayuda no estaban ajustadas a la realidad del comercio.

“Podía servir para una PYME, pero por su normativa, había a comerciantes a los que no les servía”.

- El acceso a la financiación se ha demorado en exceso para la inmediatez con la que era necesaria para el comerciante.

“Si vas a hacer una ayuda para circulante, tienes que tener en cuenta que es para ayer, no para dentro de seis meses, que a lo mejor ya no estás”.

- Las sociedades de garantía recíproca en muchos casos no han sabido actuar con la rapidez y diligencias necesaria para este tipo de procesos.

“Muchas entidades han reconocido que no han sabido dar la talla a la hora de dar salida a resoluciones y decidir con rapidez si ese préstamo era o no asumible”.

Inversión en inmovilizado (AFI)



- Ambos programas resultan altamente reconocidos y logran notoriedad por la tradición con la que cuentan y la amplia difusión y publicidad que han recibido en los últimos tiempos.

“El AFI o el ICO tienen una trayectoria propia larga y se han extendido mucho más”.

“El ICO se conoce bien porque se anuncia mucho en la tele”.

“Del ICO se ha hecho muchísima publicidad”.

- A pesar de que ambos son bastante tramitados desde las entidades financieras y resultan valorados por las condiciones que ofertan, son sin embargo cuestionados por las molestias y trámites que requieren para su solicitud.

“Con el AFI te subvencionan una parte de los intereses del préstamo pero hacías cuentas y ves que tampoco ahorrabas nada y para eso no te metas en un montón de molestias”.

“Aunque te da un préstamo a tipo cero, para conseguir el ICO necesitas un aval de Elkargi o de Oinarri, una sociedad de garantía recíproca y conseguir ese aval es un coñazo del copón”.

“Te inflan a exigencias, al final igual que una entidad financiera, con lo cual te planteas lo que te ahorras pidiéndolo”.

Transmisión empresarial y emprendizaje

- Se considera una línea de trabajo de gran interés puesto que gran parte de la red de comerciantes de la CAPV se encuentra en estadios cercanos y muy próximos a la jubilación y requiere de soluciones a través de las cuáles dar salida y futuro a su negocio.

“Hay mucho comerciante de 60-65 años que necesita ver una salida para su negocio, para su jubilación”.

“La gente mayor a punto de jubilarse necesita un plan real de salida del sector”.

- Sin embargo, el planteamiento realizado para la transmisión no ha resultado del todo útil ni para quien cedía el negocio, ni para quien pretendía hacerse cargo de él, tanto en sus condiciones, formato, resultados, etc.

“La ayuda para el tema del relevo generacional tiene un formato muy complicado”.

“La familia que contempla la ayuda no es lo que más se adapta, porque a veces se habla de una valoración de un negocio que puede estar muy rodado y no encaja”.

“La ayuda a las sucesiones inicialmente era tan restrictiva en cuanto a la persona que se iba y la que llegaba y las condiciones que tenían, que al final había pocos casos en los que se pudiesen cumplir los requisitos”.

“Ahora ya no te dan un dinero directo, te dan fondos para financiar los costes que te va a generar la empresa consultora y esto no se ve claro. Ellos no van a cobrar nada y que es para pagar las facturas de una empresa de consultoría”.

“No sólo es dar fondos sino preocuparse de que el que viene conoce el producto, el sector...”.

“No han terminado de acertar con la fórmula”.

The background of the slide is a blurred image of several Euro banknotes, including a 100 Euro note and a 20 Euro note, scattered across the frame. The colors are muted and the focus is soft, creating a financial and economic context.

4.

“Las necesidades de financiación de las empresas del sector de la distribución comercial vasca”

- El 19,6% de las empresas de los sectores analizados de la CAPV tuvo necesidades de financiación externa durante el período 2.008-2.009.
- Durante el último ejercicio, el 2010, el volumen de empresas de la CAPV que manifiesta haber tenido dificultades de financiación se incrementa en 3,8 puntos porcentuales.

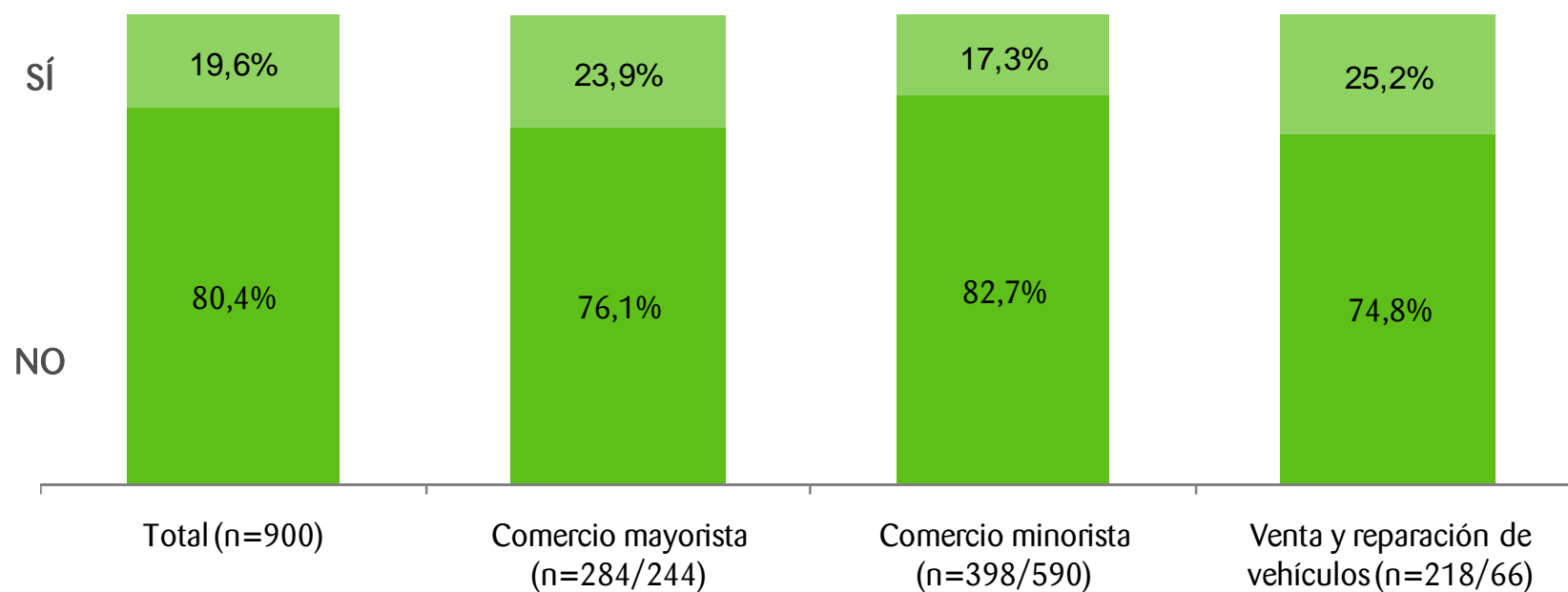
EN EL ÚLTIMO EJERCICIO, 2.010, CRECE EL NÚMERO DE EMPRESAS QUE HA TENIDO NECESIDADES DE FINANCIACIÓN EXTERNA, SIENDO CERCA DE UNA DE CADA CUATRO.

- Este crecimiento del número de empresas afectadas se ve influenciado por los resultados del comercio, tanto minorista como mayorista, frente al de ventas y reparación de vehículos que desciende en proporción respecto a ejercicios anteriores.

EL COMERCIO MAYORISTA HA INCREMENTADO EN 4,2 PUNTOS PORCENTUALES SUS NECESIDADES DE FINANCIACIÓN RESPECTO LAS OBTENIDAS EN AÑOS ANTERIORES. Y AÚN MAYOR ES EL INCREMENTO EN LA VENTA AL POR MENOR; 5,1 PUNTOS PORCENTUALES.

P.1.: ¿Durante el periodo 2.008-2.009 ha tenido su negocio/comercio alguna necesidad de financiación externa?*

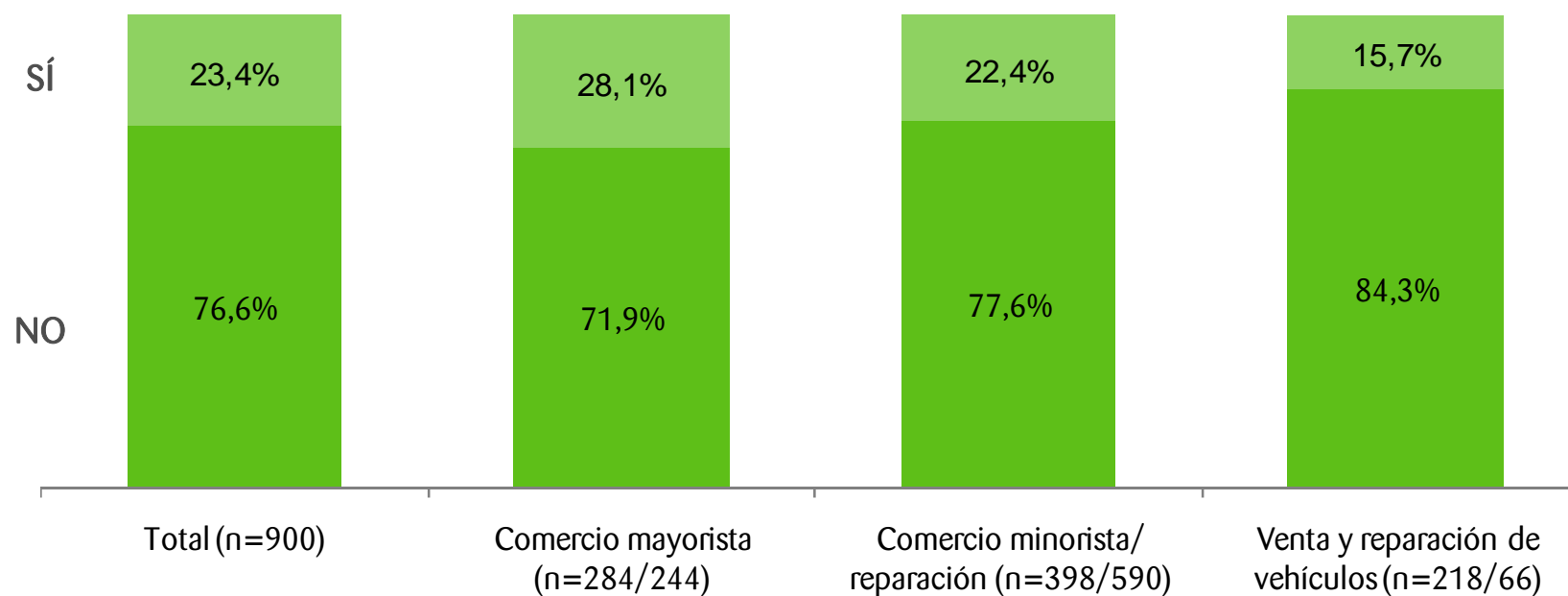
Base: Total de entrevistados



* No se sugirió ninguna respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.2.: Y durante este ejercicio de 2.010, ¿ha tenido alguna necesidad de financiación externa?*

Base: Total de entrevistados



* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una respuesta.

- A la hora de valorar el **nivel de urgencia** o necesidad de dicha financiación externa, podemos apreciar como la mayoría, el **65,1%**, las califica como **muy o bastante urgente**.

ALGO MÁS DE UNA DE CADA TRES EMPRESAS DE LA CAPV QUE HA TENIDO NECESIDAD DE FINANCIACIÓN EXTERNA DURANTE 2.010 SEÑALAR ESTAR EN UNA SITUACIÓN CRÍTICA, A TENOR DEL NIVEL DE URGENCIA

- Si analizamos los datos en función de los sectores de actividad:

Comercio mayorista



Situación más estable, si bien la mayoría de las empresas, el 54,4% la calificación de muy bastante urgente.

Comercio minorista y reparación de artículos



Mayor nivel de urgencia en la financiación externa ya que siete de cada diez nombra un nivel bastante o muy elevada de necesidad. Y de ellos cuatro, en el nivel más urgente. El peso de la actividad hogar es destacado.

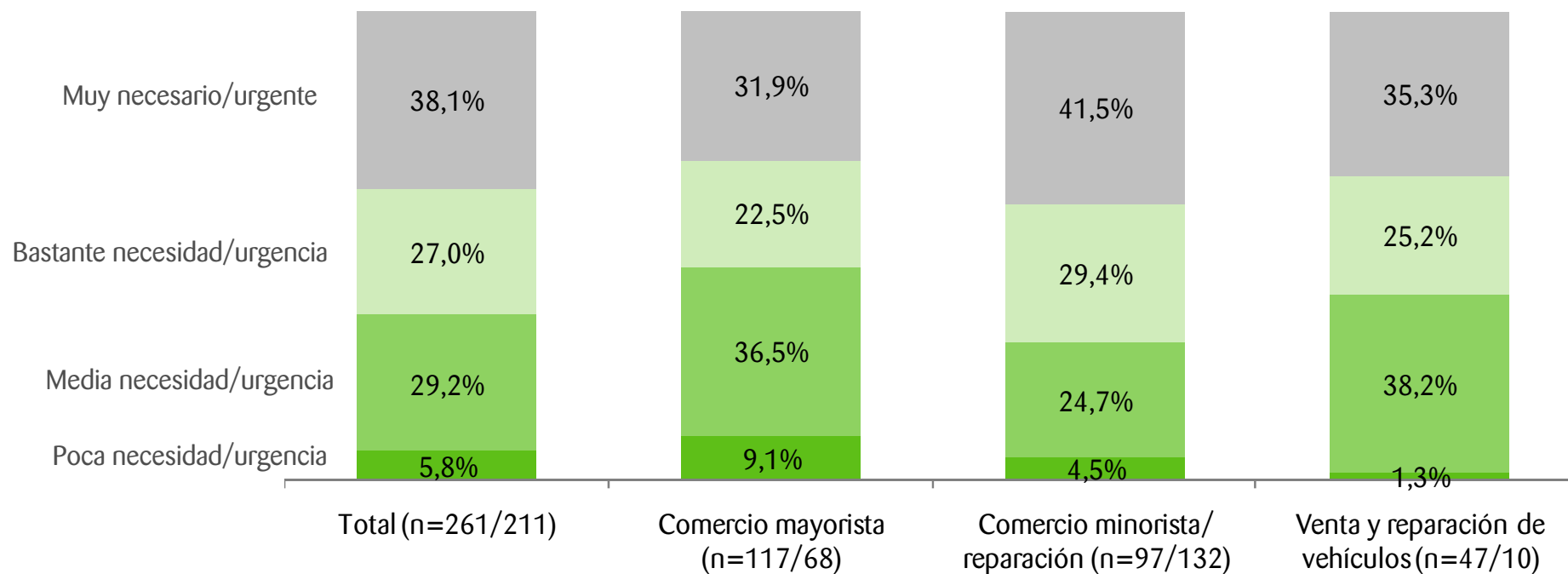
Venta y reparación de vehículos



Situación más estable similar a la de el comercio mayorista.

P.3.: ¿Con que nivel de urgencia y necesidad calificaría vd las necesidades de financiación de su empresa durante este último ejercicio de 2.010?*

Base: 211 (261 no ponderado) empresas que han tenido necesidades de financiación en 2010



* Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una respuesta.

P.4/P.5.: ¿La financiación que su empresa ha necesitado es para...?

Base: 211 (261 no ponderado) empresas que han tenido necesidades de financiación en 2010

	TOTAL (n=261/211)		COMERCIO MAYORISTA (n=117/68)		COMERCIO MINORISTA Y REPARACIÓN (n=97/132)		VENTA Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS (n=47/10)	
	Todas*	La más reciente**	Todas	La más reciente	Todas	La más reciente	Todas	La más reciente
Para el control de tesorería y asegurar el circulante	66,9%	56,5%	77,7%	74,9%	63,6%	48,6%	36,9%	36,9%
Para acometer alguna inversión en activos	45,6%	35,7%	20,0%	16,2%	57,5%	43,9%	62,4%	60,5%
Para el lanzamiento de nuevos proyectos	15,2%	7,7%	10,9%	8,9%	18,0%	7,5%	8,2%	2,6%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Posible respuesta múltiple.

** Sólo se admitió una respuesta.

La necesidad de financiación del circulante

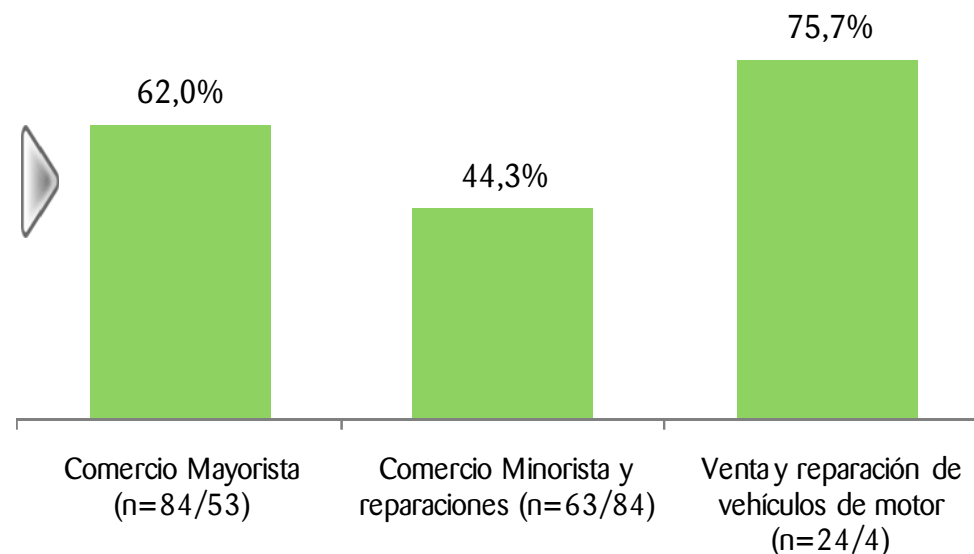
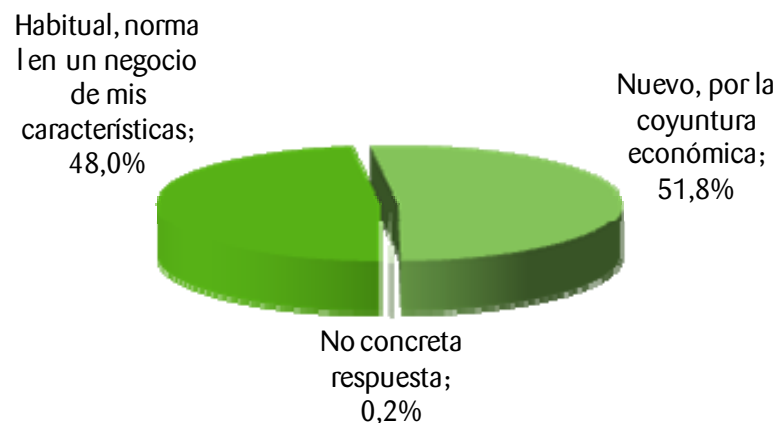
- Las empresas que han tenido necesidades de financiación para garantizar el circulante tienen posiciones encontradas respecto a si obedece a un carácter estructural de su actividad o si está ligado a la coyuntura económica.

EL 55,7% DEL COMERCIO MINORISTA LO CONSIDERA DE CARÁCTER ESTRUCTURAL, SIN EMBARGO MAYORISTAS Y, ESPECIALMENTE VENTA Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS, LO VINCULA A LA ACTUAL SITUACIÓN DE CRISIS.

P.6.: Esta necesidad de financiación del circulante, del control de tesorería en el equilibrio de cobros y pagos, diría vd que es...*

Base: 141 (171 no ponderado) empresas que manifiestan haber tenido necesidades de financiación del circulante

-Ligado a la coyuntura económica-



* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una.

La inversiones en activos

- Las empresas que han precisado de financiación externa para realizar inversiones en activo se han centrado principalmente en:
 - **Equipamiento informático:** 47,3%.
 - **Reformas** en el local comercial: 40,9%.
 - **Actualización de la imagen** del establecimiento: 34,3%.
 - **Incorporación, cambio de mobiliario:** 34,1%.
- El Comercio Mayorista y el sector de venta y reparación de vehículos han centrado en mayor grado sus inversiones en activo en la **compra de vehículos**, siendo la adquisición de equipamiento informático, la actualización de la imagen del establecimiento o las reformas, más propias del sector de la distribución comercial minorista.

P.7.: ¿Qué tipo de inversiones en activo constituyeron sus necesidades de financiación?*

Base: 96 (105 no ponderado) empresas que han manifestado haber tenido necesidades de financiación para inversiones en activo

	TOTAL (n=105/96)	SECTOR DE ACTIVIDAD		
		Comercio Mayorista (n=39/14)	Comercio Minorista/ reparación (n=44/76)	Venta y reparación de vehículos (n=22/6)
Equipamiento informático	47,3%	16,8%	54,7%	24,2%
Reformas en el local comercial	40,9%	21,4%	47,0%	10,3%
Actualización de la imagen del establecimiento	34,3%	1,7%	42,7%	4,7%
Incorporación, cambio de mobiliario	34,1%	14,9%	38,8%	19,4%
Compra de vehículos	11,7%	43,6%	2,5%	52,6%
TPV's	7,4%	1,7%	9,0%	---
Compra de maquinaria	2,7%	9,9%	0,2%	16,5%
Nuevo local / naves nuevas	1,7%	4,7%	1,2%	0,6%
Equipamientos en general	0,7%	2,2%	0,5%	---
Otras	0,9%	4,9%	0,2%	---
Ns/nc	0,3%	2,3%	---	---

* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.

- Las **bandas económicas** aproximadas de las **necesidades de financiación** de las empresas están relacionadas con el sector de actividad y el propósito o motivo último de las mismas, como detalla a continuación:

Comercio mayorista

- *Un 36,4% de las empresas sitúa su necesidad financiera para garantizar el circulante en más de 50.000 €.*
- *Las inversiones se cifran para un grupo similar (36,6%) en el tramo de 6.000 a 12.000 €.*
- *El lanzamiento de nuevos proyectos es para la mayoría de un coste superior a los 30.000 €.*

Comercio minorista y reparación de artículos

- *Una de cada tres de estas empresas cifra sus necesidades para el control de tesorería por debajo de los 18.000 €.*
- *Las inversiones realizadas (equipamiento informático, reformas, mobiliario) se sitúan para la mayoría (58,5%) por debajo de los 12.000 €.*
- *El lanzamiento de nuevos proyectos entraría para la mayor parte un coste de 18.000 a 30.000 €.*

Venta y reparación de vehículos

- *Una de cada tres empresas precisa de 6.000 a 12.000 € para garantiza el circulante.*
- *Las inversiones contemplan una banda de 12.000 a 18.000 € para el 43,6%.*
- *El lanzamiento de proyectos es minoritario y responde a un patrón más ad hoc.*

P.9.: Pensando en las necesidades de financiación que ha tenido su negocio, ¿de qué cuantías se trataba?*

Base: 68 (117 no ponderado) empresas que han tenido necesidades de financiación

- COMERCIO MAYORISTA -

	ÁREA DE NECESIDAD		
	Tesorería (n=84/53)	Inversiones (n=39/14)	Lanzamiento nuevos proyectos (n=18/7)
Menos de 1.000 €	0,6%	3,4%	---
De 1.001 a 3.000 €	9,8%	---	---
De 3.001 a 6.000 €	1,8%	---	---
De 6.001 a 12.000 €	21,1%	36,6%	1,4%
De 12.001 a 18.000 €	9,4%	8,0%	2,6%
De 18.001 a 24.000 €	2,3%	11,2%	---
De 24.001 a 30.000 €	2,0%	1,1%	2,0%
De 30.001 a 50.000 €	8,3%	4,6%	51,7%
Más de 50.000 €	36,4%	15,9%	13,9%
No concreta respuesta	8,2%	19,2%	28,4%

* No se sugirió ninguna respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.9.: Pensando en las necesidades de financiación que ha tenido su negocio, ¿de qué cuantías se trataba?*

Base: 132 (97 no ponderado) empresas que han tenido necesidades de financiación

- COMERCIO MINORISTA Y REPARACIONES -

	ÁREA DE NECESIDAD		
	Tesorería (n=63/84)	Inversiones (n=44/76)	Lanzamiento nuevos proyectos (n=18/24)
Menos de 1.000 €	---	---	---
De 1.001 a 3.000 €	---	28,6%	---
De 3.001 a 6.000 €	1,2%	9,4%	---
De 6.001 a 12.000 €	22,1%	20,5%	8,1%
De 12.001 a 18.000 €	4,6%	14,9%	1,3%
De 18.001 a 24.000 €	7,4%	6,3%	41,4%
De 24.001 a 30.000 €	1,8%	0,1%	28,2%
De 30.001 a 50.000 €	23,1%	9,5%	2,1%
Más de 50.000 €	16,3%	0,8%	2,5%
No concreta respuesta	23,6%	9,9%	16,5%

* No se sugirió ninguna respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.9.: Pensando en las necesidades de financiación que ha tenido su negocio, ¿de qué cuantías se trataba?*

Base: 10 (47 no ponderado) empresas que han tenido necesidades de financiación

- VENTA Y REPARACIONES DE VEHÍCULOS -

	ÁREA DE NECESIDAD		
	Tesorería (n=24/4)	Inversiones (n=22/6)	Lanzamiento nuevos proyectos (n=7/1)
Menos de 1.000 €	---	---	---
De 1.001 a 3.000 €	4,0%	6,5%	18,0%
De 3.001 a 6.000 €	7,1%	2,1%	---
De 6.001 a 12.000 €	36,3%	14,6%	---
De 12.001 a 18.000 €	---	43,6%	---
De 18.001 a 24.000 €	---	0,6%	---
De 24.001 a 30.000 €	7,1%	18,6%	18,0%
De 30.001 a 50.000 €	6,8%	2,1%	---
Más de 50.000 €	25,9%	11,9%	19,0%
No concreta respuesta	12,8%	---	45,1%

* No se sugirió ninguna respuesta. Sólo se admitió una respuesta.



5.

“Las previsiones de necesidades de financiación externa en 2011”

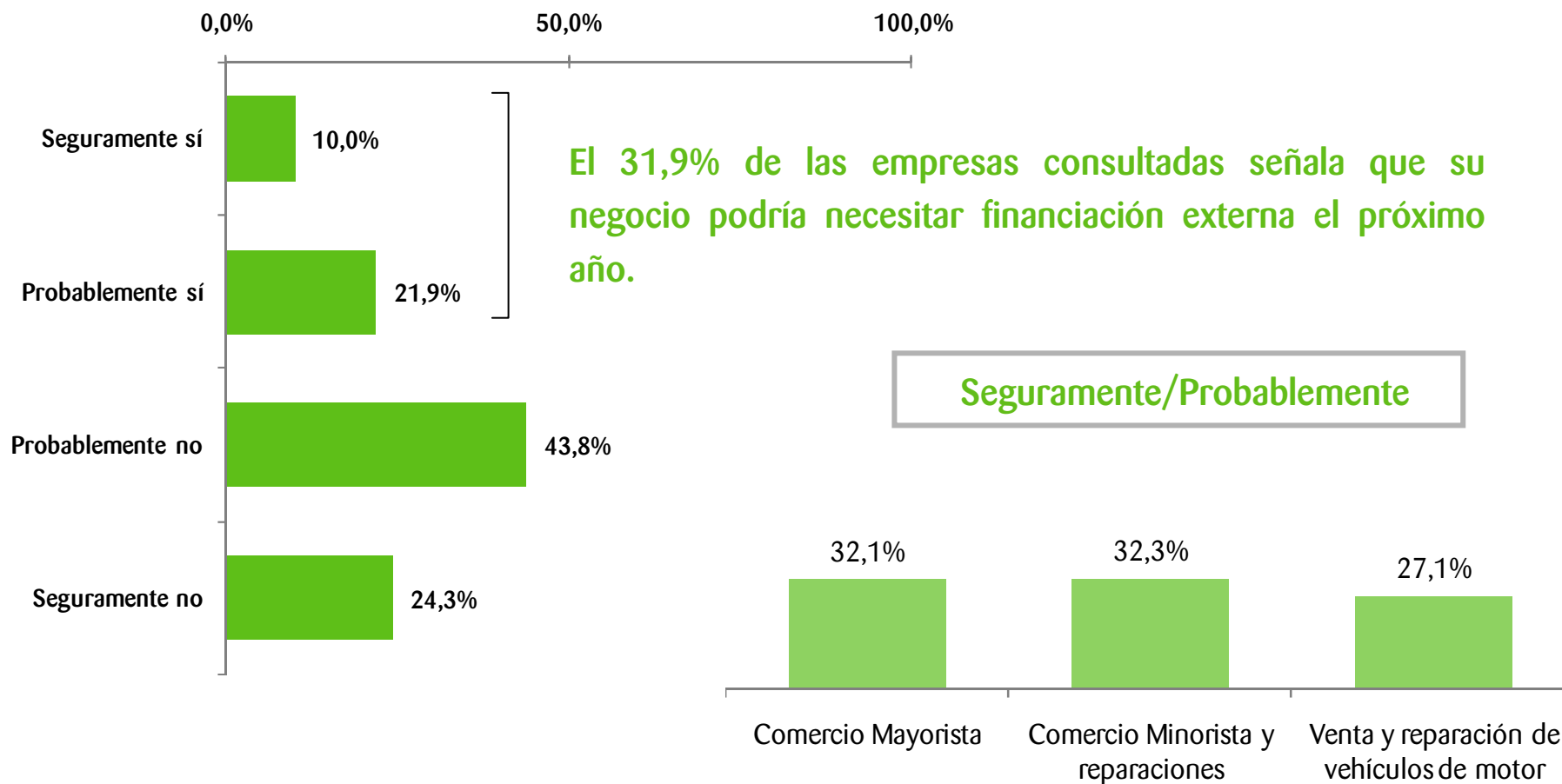
- Hemos sondeado a las empresas de la CAPV sobre la posibilidad de tener durante el próximo ejercicio, en 2011, necesidades de financiación externa.

CASI UNA DE CADA TRES EMPRESAS CONSULTADAS CONSIDERA QUE NECESITARÁ FINANCIACIÓN EXTERNA DURANTE EL PRÓXIMO AÑO

- Estas necesidades de financiación externa previsibles para el próximo año son similares a todos los sectores de actividades analizadas, no apreciándose diferencias significativas.
- En cuanto al destino de esas posibles necesidades de financiación externa, **el equilibrio de la tesorería con el control de compras y pagos** es el principal, siendo transversal a los sectores analizados. Las inversiones en activos destacan entre el comercio minorista y especialmente en el subsector de venta y reparación de vehículos.

P.10.: A futuro, pensando en 2.011 ¿cree que su negocio/comercio podría tener necesidades de recurrir a financiación externa?*

Base: Total de entrevistados



* Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una.

P.11.1.: ¿Para qué cree que podría necesitarla?*

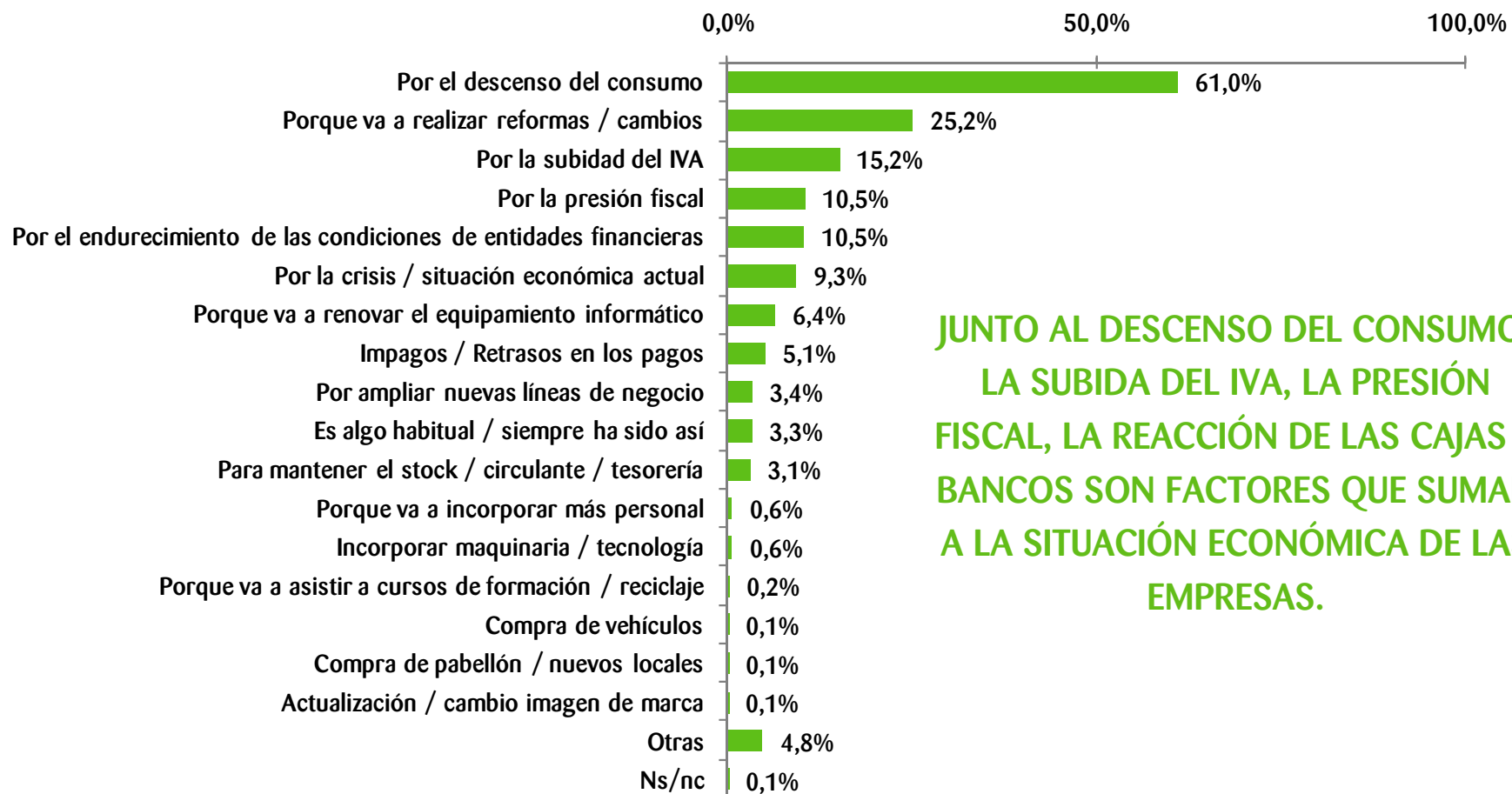
Base: 287 (304 no ponderado) empresas que creen que podrían necesitar financiación externa

	TOTAL (n=304/287)	SECTOR DE ACTIVIDAD		
		Comercio Mayorista (n=103/78)	Comercio Minorista/ reparación (n=131/191)	Venta y reparación de vehículos (n=70/18)
Para el circulante, equilibrar la tesorería	58,5%	64,1%	56,8%	51,4%
Para realizar inversiones en activos	40,8%	34,8%	41,7%	56,8%
Para nuevos proyectos	6,8%	2,6%	8,9%	3,1%
Cubrir impagos	0,1%	0,3%	0,0%	---
Ampliación local / fábrica	0,0%	---	0,1%	---
Vehículos / Cambios vehículos	0,2%	0,6%	0,0%	---
Otras	2,5%	0,7%	3,5%	---

* Se leyeron las opciones de respuesta. Posible respuesta múltiple.

P.11.2.: ¿Por qué motivos cree vd que es probable o seguro que en el año 2.011 su negocio precise financiación externa?*

Base: 287 (304 no ponderado) empresas que creen que podrían necesitar financiación externa



JUNTO AL DESCENSO DEL CONSUMO, LA SUBIDA DEL IVA, LA PRESIÓN FISCAL, LA REACCIÓN DE LAS CAJAS Y BANCOS SON FACTORES QUE SUMAN A LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS.

* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.

The background of the slide is a blurred image of several Euro banknotes, including a 100 Euro note and a 20 Euro note, with a hand holding a pen over them.

6.

“Vías de resolución de las necesidades de financiación; el papel de las entidades financieras ”

- Las necesidades de financiación en los últimos años ha sido una realidad para cerca de una de cada tres empresas del sector de la distribución comercial en la CAPV, a tenor de los datos obtenidos. A continuación se analiza el procedimiento habitual de las empresas para solucionar dicha condición.
- El principal aspecto destacable es que buena parte de las empresas consultadas no han sabido que responder, probablemente porque no ha aportado solución clara alguna a su situación.
- Las entrevistas en profundidad nos dan la pista sobre este aspecto. En la mayor parte de los casos, ante la necesidad de tener que contar con una ayuda son dos las vías por las que prefieren optar los empresarios:




*Recurrir a sus ahorros
personales*

“No te planteas pedir ayuda porque con lo tuyo vas tirando”.

“No miré ayudas porque tenía algo de dinero ahorrado y como no era una gran cantidad ni lo miré”.

“Si tienes algo de colchón o tiene tu familia prefieres tirar de eso que no depender de ayudas o devolver al banco”.


*Negociar con su entidad
bancaria*



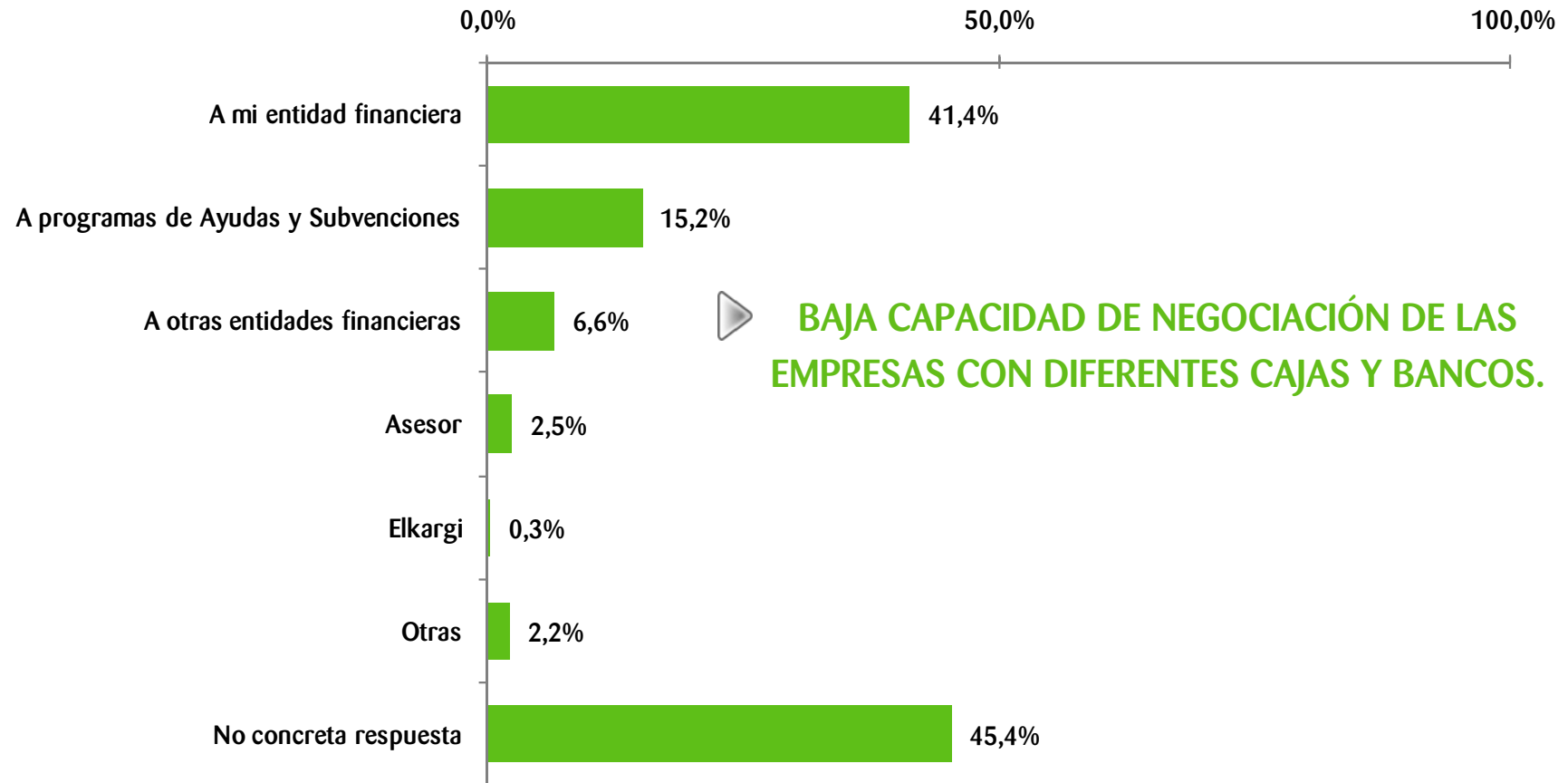
“En caso de necesitar liquidez para afrontar una nueva actividad seguramente tiraría de banco, no se me ocurriría a ir buscar financiación a una institución”.

“Cuando necesitamos algo vamos al banco porque les conocemos desde hace 50 años, nos conocen de toda la vida...”.

- Así, **la entidad financiera**, especialmente la propia, con la que mantenemos nuestra relación comercial habitual, ha sido el organismo al que han recurrido **cuatro de cada diez empresas con problemas de financiación**. La visita a otras entidades bancarias, con las que no se tiene una relación comercial, ha sido reducida.
- En segundo término se nombran los Programas de Ayudas existentes desde la administración.

LA ENTIDAD FINANCIERA, EL BANCO O CAJA, CON EL QUE LAS EMPRESAS MANTIENEN SU RELACIÓN COMERCIAL ES EL PRINCIPAL ORGANISMO AL QUE DIRIGIRSE EN CASO DE PROBLEMAS DE FINANCIACIÓN,

P.13.: ¿A quién acudió vd para solucionar esas necesidades de financiación de su negocio/empresa?
Base: 273 (371 no ponderado) empresas que han tenido necesidades de financiación en los últimos tres años



* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.

P.13.: ¿A quién acudió vd para solucionar esas necesidades de financiación de su negocio/empresa?
Base: 273 (371 no ponderado) empresas que han tenido necesidades de financiación en los últimos tres años

	TOTAL (n=371/273)	SECTOR DE ACTIVIDAD		
		Comercio Mayorista (n=148/94)	Comercio Minorista/ reparación (n=143/160)	Venta y reparación de vehículos (n=80/20)
A mi entidad financiera	41,4%	42,0%	42,8%	26,9%
A otras entidades financieras	6,6%	7,4%	6,8%	1,4%
A programas de ayuda y subvenciones	15,2%	20,7%	12,7%	9,7%
Elkargi	0,3%	0,8%	0,1%	---
Al asesor	2,5%	---	3,7%	4,8%
Otras	2,2%	2,1%	2,3%	2,3%



La figura del asesor tiene relevancia entre el comercio minorista y venta y reparación de vehículos

* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.

- Las entidades financieras constituyen el primer ente en contacto con las empresas de la CAPV que tienen dificultades y necesidades de financiación externa. Y en general, las empresas son clientes fieles que se dirigen a la entidad con la que mantienen una relación habitual.
- En cuanto a los productos o servicios bancarios demandados:

Comercio mayorista



Ha buscado fundamentalmente **créditos** o contratación de **líneas de crédito**.

Comercio minorista y
reparación de artículos



La **ampliación de las líneas de crédito**, herramienta fundamental del tipo de negocio de venta al por menor, lo mas demandado.

Venta y reparación
de vehículos



Ampliaciones de las líneas de crédito, **leasing** o **renting** así como **créditos ICO**.

- A la gran mayoría de las empresas con problemas o necesidades de financiación que se han dirigido a su entidad financiera u otras para solventarlos, solicitando préstamos, ampliaciones de la línea de crédito, etc, les han concedido dicha financiación.

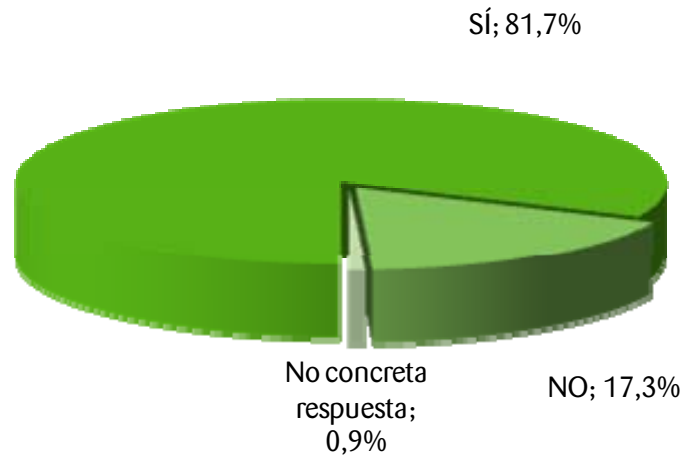
EL 81,7% DE LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL QUE SOLICITÓ AL BANCO ALGÚN PRODUCTO FINANCIERO PARA SUS NECESIDADES OBTUVO RESULTADOS POSITIVOS

- Pero descendiendo a los diferentes sectores de actividad podemos apreciar como una de cada cuatro empresas de la distribución comercial minorista no ha recibido lo solicitado de las cajas y bancos (el 25,5%). Asimismo otra variable significativa como la condición jurídica nos permite ver que a uno de cada tres autónomos, el banco o caja, no le ha concedido lo solicitado.

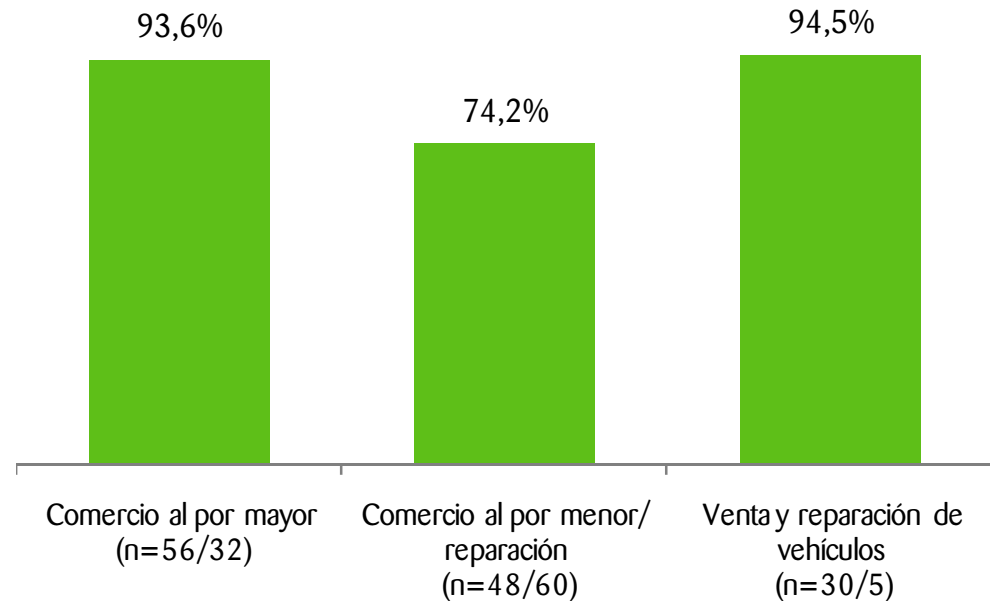
AUTÓNOMOS Y EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA LOS MAS AFECTADOS POR EL BLOQUEO CREDITICIO DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS Y EN EL CASO DE LAS RESOLUCIONES NEGATIVAS, LA MAYORÍA NOMBRA COMO MOTIVOS NO CUMPLIR LOS REQUISITOS NECESARIOS.

P.15.: Finalmente, ¿le concedieron la financiación que solicitó?*

Base: 98 empresas (134 no ponderado) que acudieron a una entidad financiera para solucionar sus necesidades de financiación



- Le concedieron la financiación en función del sector de actividad -

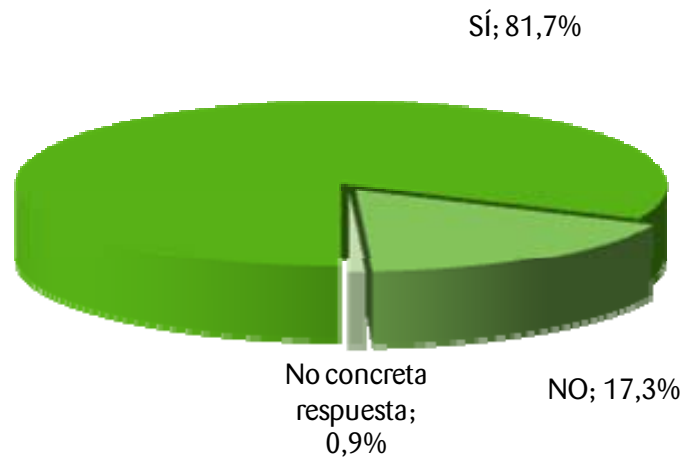


El comercio minorista acusa el llamado “cierre del grifo” de las entidades financieras

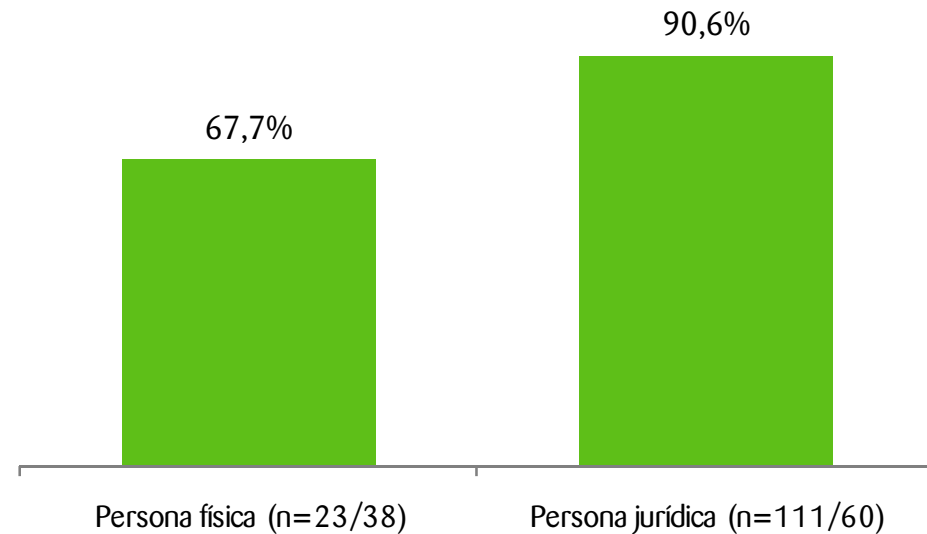
* Sólo se admitió una respuesta.

P.15.: Finalmente, ¿le concedieron la financiación que solicitó?*

Base: 98 empresas (134 no ponderado) que acudieron a una entidad financiera para solucionar sus necesidades de financiación



- Le concedieron la financiación en función de la forma jurídica -

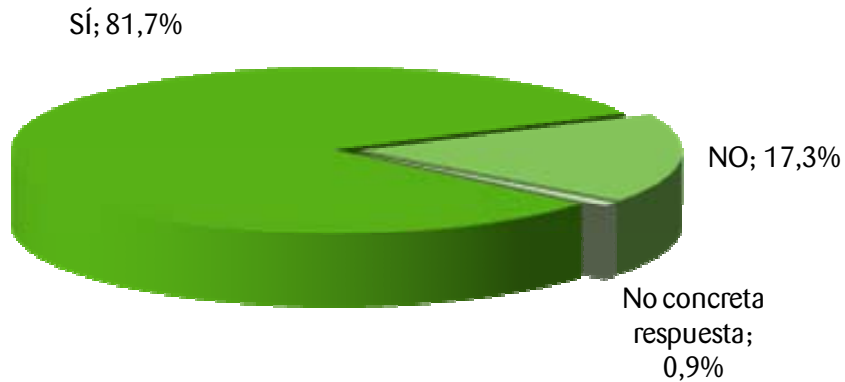


Los autónomos no han visto respaldadas sus necesidades en igual medida.

* Sólo se admitió una respuesta.

P.15.: Finalmente, ¿le concedieron la financiación que solicitó?

Base: 98 empresas (134 no ponderado) que acudieron a una entidad financiera para solucionar sus necesidades de financiación



P.152.: ¿Por qué motivos cree vd que no le concedieron la financiación que necesitaba?*

Base: 17 empresas a las que no le concedieron lo que necesitaban



* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.

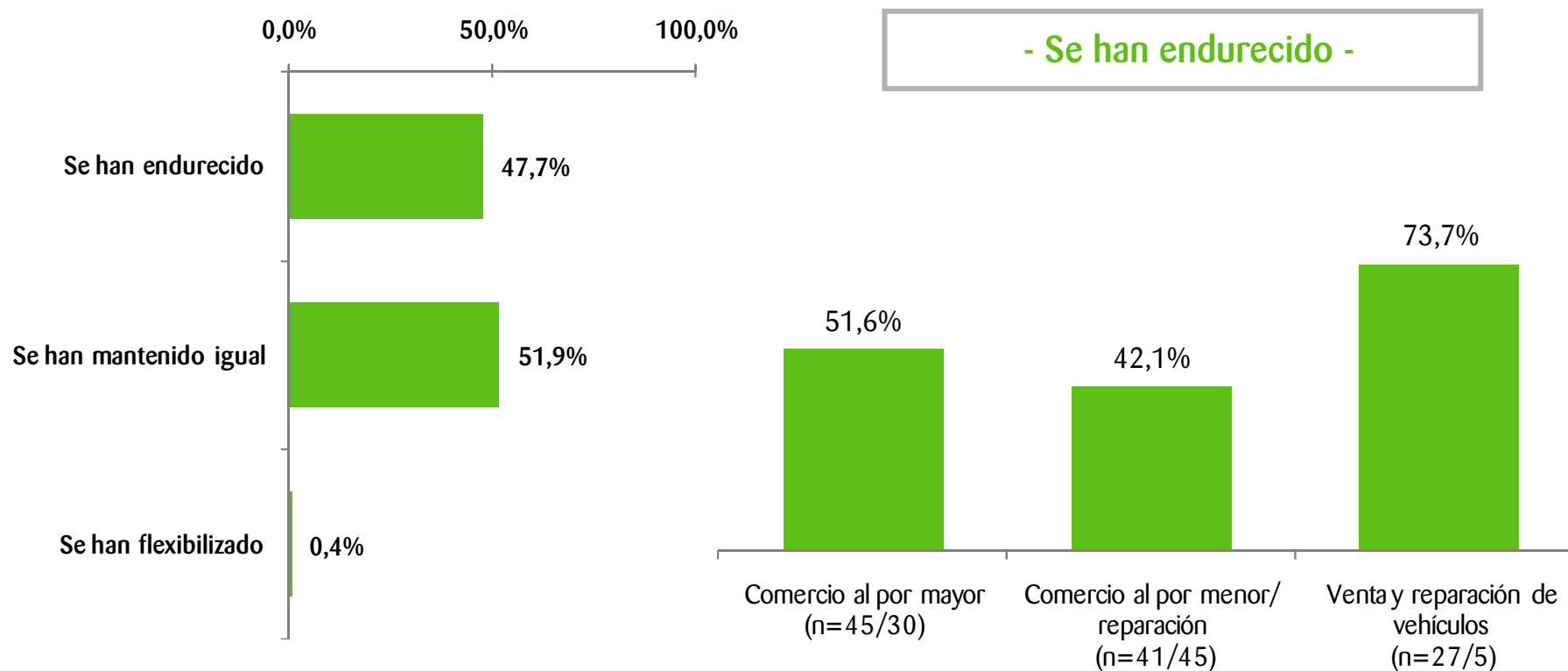
- Las empresas a las que les concedieron la financiación que solicitaron desde las entidades financieras, tienen posiciones encontradas a la hora de valorar si las condiciones se han mantenido estables o se han endurecido.

CERCA DE LA MITAD DE LAS EMPRESAS HA VISTO QUE LAS CONDICIONES DE SU TRATO, DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS FINANCIEROS, CAJAS O BANCOS SE HAN ENDURECIDO.

- Esta percepción de endurecimiento, de menor flexibilidad es más palpable en el caso de las empresas del sector de venta y reparación de vehículos.
- Se considera que las entidades financieras han endurecido las condiciones fundamentalmente por:
 - Se han solicitado **más garantías** (76,2%).
 - Han **subido los tipos de interés** (72,1%).
 - Han **tardado** más en aprobar la operación (70,8%).
 - Han puesto **condiciones** para aprobar la operación (67,6%).

P.16.: Habiéndole concedido la financiación que vd solicitó diría que las condiciones con la entidad financiera ...

Base: 80 (113 no ponderado) empresas a las que las entidades financieras le han concedido la financiación



- De las empresas que han acudido a las entidades financieras para solventar sus necesidades de financiación, un 2,7% señala que ha tenido que recurrir a las Sociedades de Garantía Recíproca para pedir avales solidarios.

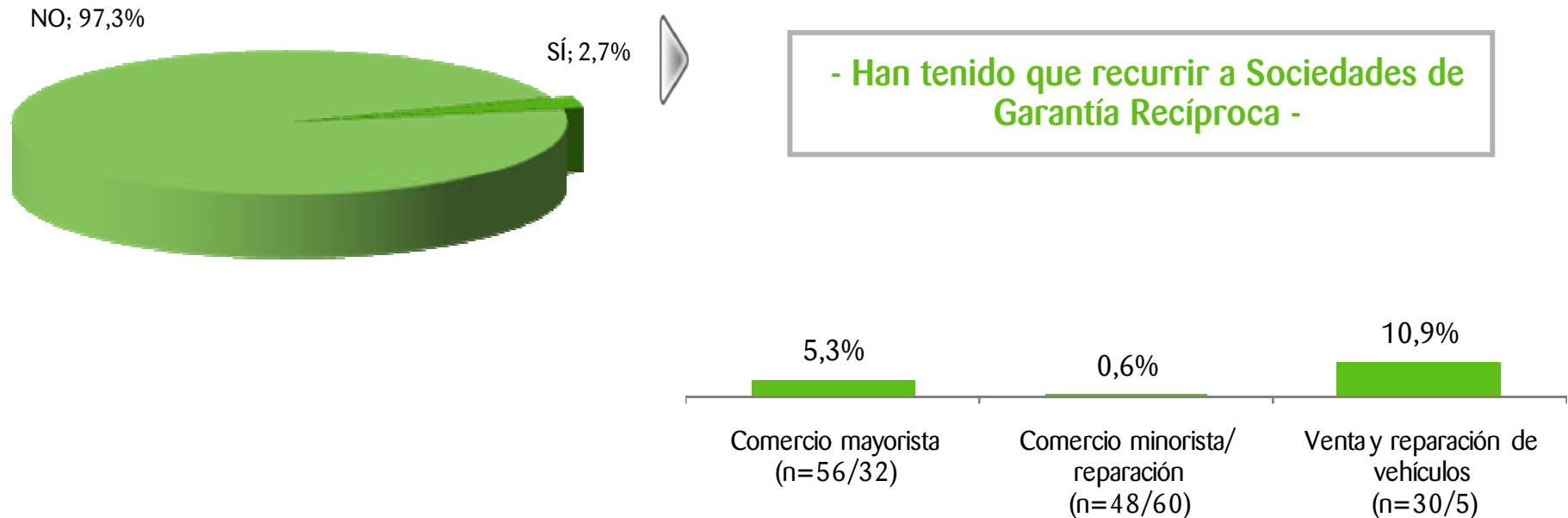
EN TÉRMINOS GENERALES SOBRE EL TOTAL DE EMPRESAS EN LA CAPV, 0,3% DEL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL HA TENIDO QUE RECURRIR A LAS SGR.

- En la mayor parte de las ocasiones hablamos de empresas de venta y reparación de vehículos y comercio mayorista, principalmente. En el caso del comercio minorista, el acceso a las Sociedades de Garantía Recíproca ha sido muy residual.
- Es significativo apreciar que el recurso de las SGR se incrementa a medida que se incrementa el tamaño de la empresa y desciende especialmente en el caso de los autónomos.

LAS SOCIEDADES DE GARANTÍA RECÍPROCA SURGEN COMO UN ORGANISMO DESCONOCIDO PARA LA MAYOR PARTE Y AL QUE SON DIRIGIDOS POR SUS ENTIDADES FINANCIERAS.

P.19.: ¿Ha tenido que recurrir a entidades como Elkargi, Oiñarri o Sociedades de Garantía Recíproca para pedir avales solidarios y poderlos presentar a su entidad financiera para garantizar la financiación que les ha pedido?*

Base: 98 (134 no ponderado) empresas que han acudido a las entidades financieras y contestan



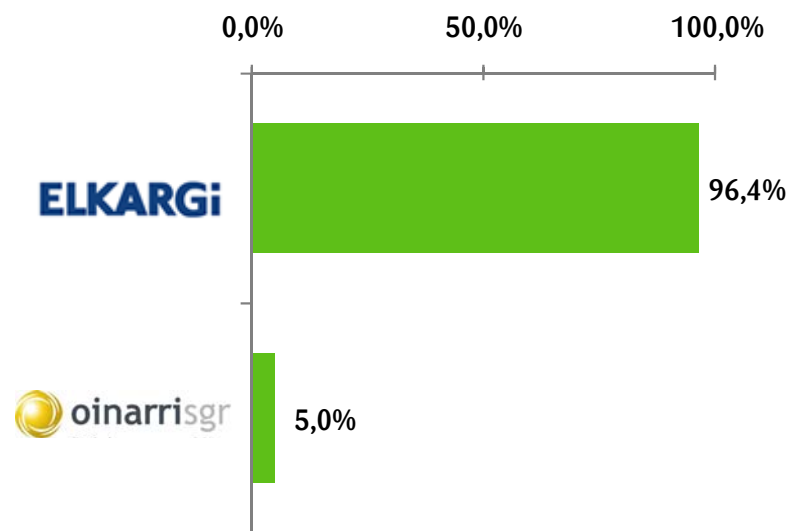
* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

- La Sociedad de Garantía Recíproca más nombrada ha sido **Elkargi**.

LOS RESULTADOS DE ESTA SOLICITUD DE AVALES SON POSITIVOS PARA UNA DE CADA TRES EMPRESAS QUE LO HA SOLICITADO.

P.20.: ¿A qué Sociedad de Garantía Recíproca ha recurrido?*

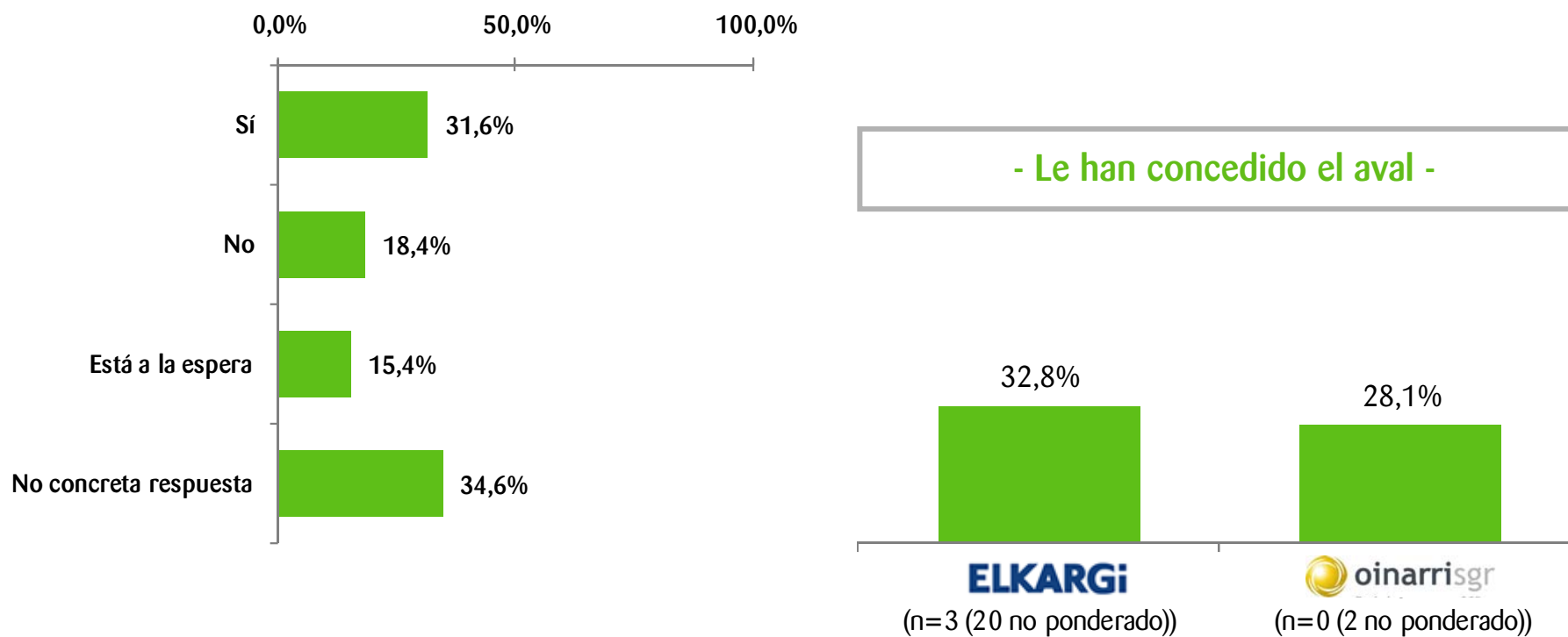
Base: 3 empresas (21 no ponderado) que han tenido que recurrir a Sociedades de Garantía Recíproca



* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.

P.21.: Finalmente, ¿le concedió el aval que necesitaba la Sociedad de Garantía Recíproca?*

Base: 3 empresas (21 no ponderado) que han tenido que recurrir a Sociedades de Garantía Recíproca



NOTA: Lo reducido de las bases muestrales nos obliga a realizar una lectura cualitativa de los datos.



7.

***“Grado de conocimiento de los
Programas de Ayudas
institucionales ”***

De forma espontánea el conocimiento de los Programas y Planes de Ayuda es mayor en el caso de las empresas de comercio minorista y reparación, así como venta y reparación de vehículos a motor. No obstante, la notoriedad de los distintos planes varía en función del sector.

Comercio mayorista

▶ Destacan fundamentalmente los programas de Ayudas financieras del Estado, los ICO.

*Comercio minorista y
reparación de artículos*

▶ Se incrementa el conocimiento de las ayudas específicas para el sector comercial, especialmente las de modernización de los establecimientos comerciales y los planes y programas para certificaciones de calidad basados en la norma UNE 175001.

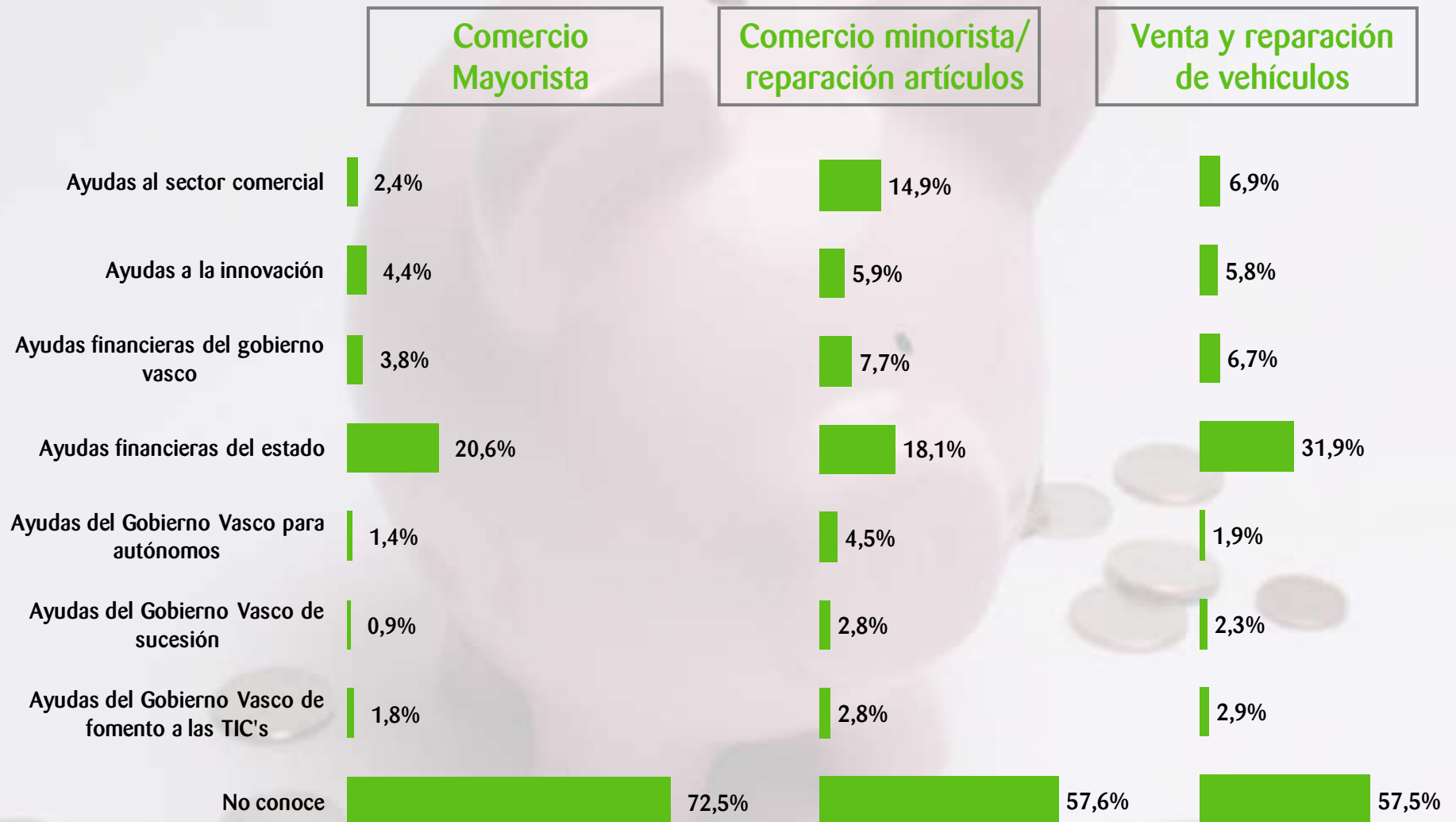
*Venta y reparación
de vehículos*

▶ Una de cada tres empresas que conoce algún programa cita los del ICO, siendo el sector que más lo ha destacado.

**EL 61,6% DE LOS CONSULTADOS NO RECUERDA/CONOCE NINGÚN
PROGRAMA DE AYUDAS DE FORMA ESPONTÁNEA**

En definitiva

NOTORIEDAD ESPONTÁNEA



En definitiva

Casi dos de cada diez empresas de la CAPV no conoce alguno de los programas o planes de ayudas para el sector. Este desconocimiento es similar a todos los sectores analizados, si bien podemos apreciar algunas diferencias:

Comercio mayorista



Siete de cada diez empresas nombra las ayudas del programa ICO, siendo las más conocidas. Las de fomento de las TICs y las específicas del sector comercial se sitúan en un segundo término.

Comercio minorista y reparación de artículos



El conocimiento de las ayudas ICO disminuye en este caso, obteniendo una relevancia similar a los programas específicos del sector comercial, especialmente las ayudas para la modernización de los establecimientos comerciales.

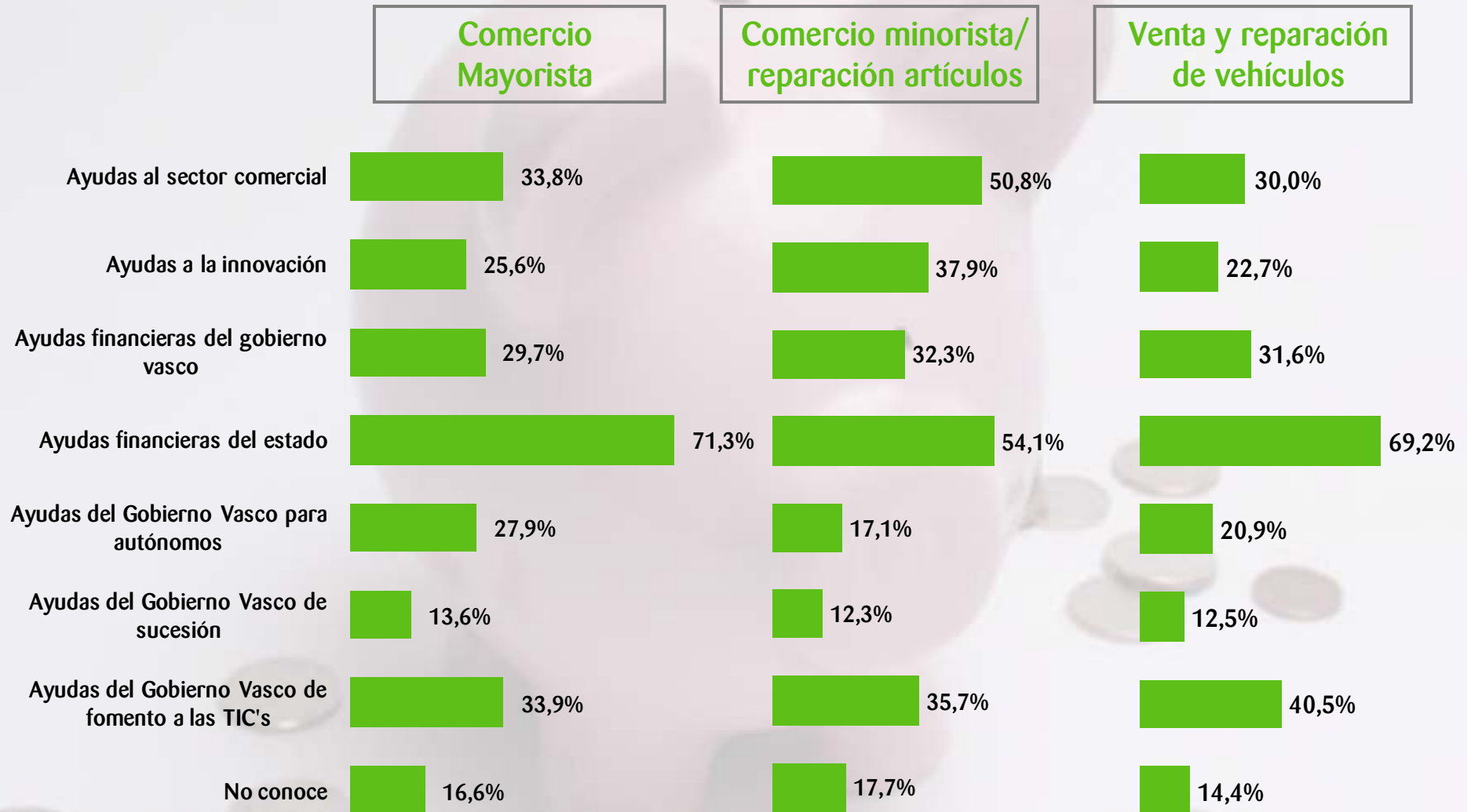
Venta y reparación de vehículos



Las ayudas del ICO y las de fomento de las TIC's son las más relevantes para las empresas del sector.

En definitiva

NOTORIEDAD TOTAL



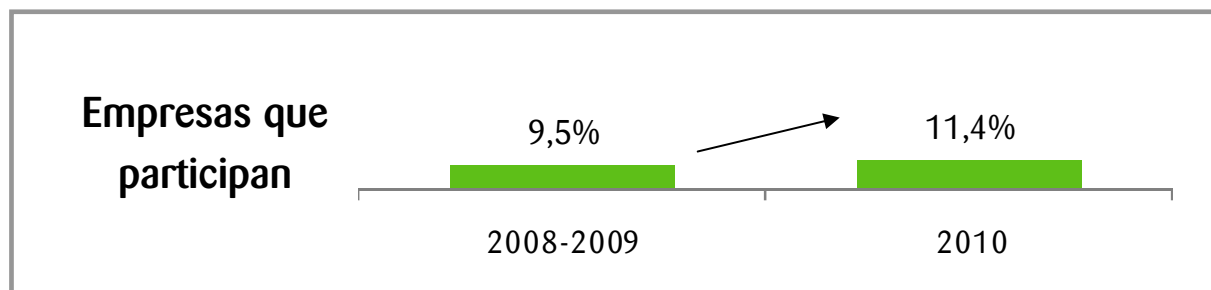
En definitiva



8.

“Empresas que han participado en Planes y Programas de Ayudas ”

- La participación en planes y programas de ayudas se ha incrementado en 2010 a tenor de los resultados obtenidos. Este último ejercicio, un 11,4% de las empresas ha solicitado alguna ayuda.



- Durante 2010 el programa de apoyo al comercio interior ICO crece especialmente. Asimismo las ayudas destinadas a modernización de los establecimientos comerciales.

SI ANALIZAMOS LOS DATOS DE FORMA CONTINUADA, EL 16,5% DE LAS EMPRESAS DE LA CAPV HA PARTICIPADO EN ALGÚN PROGRAMA O PLAN DE AYUDAS PARA EL SECTOR COMERCIO, MICROPYMES Y AUTÓNOMOS.

P.25/26.: Durante el ejercicio... ¿ha solicitado alguna ayuda?*

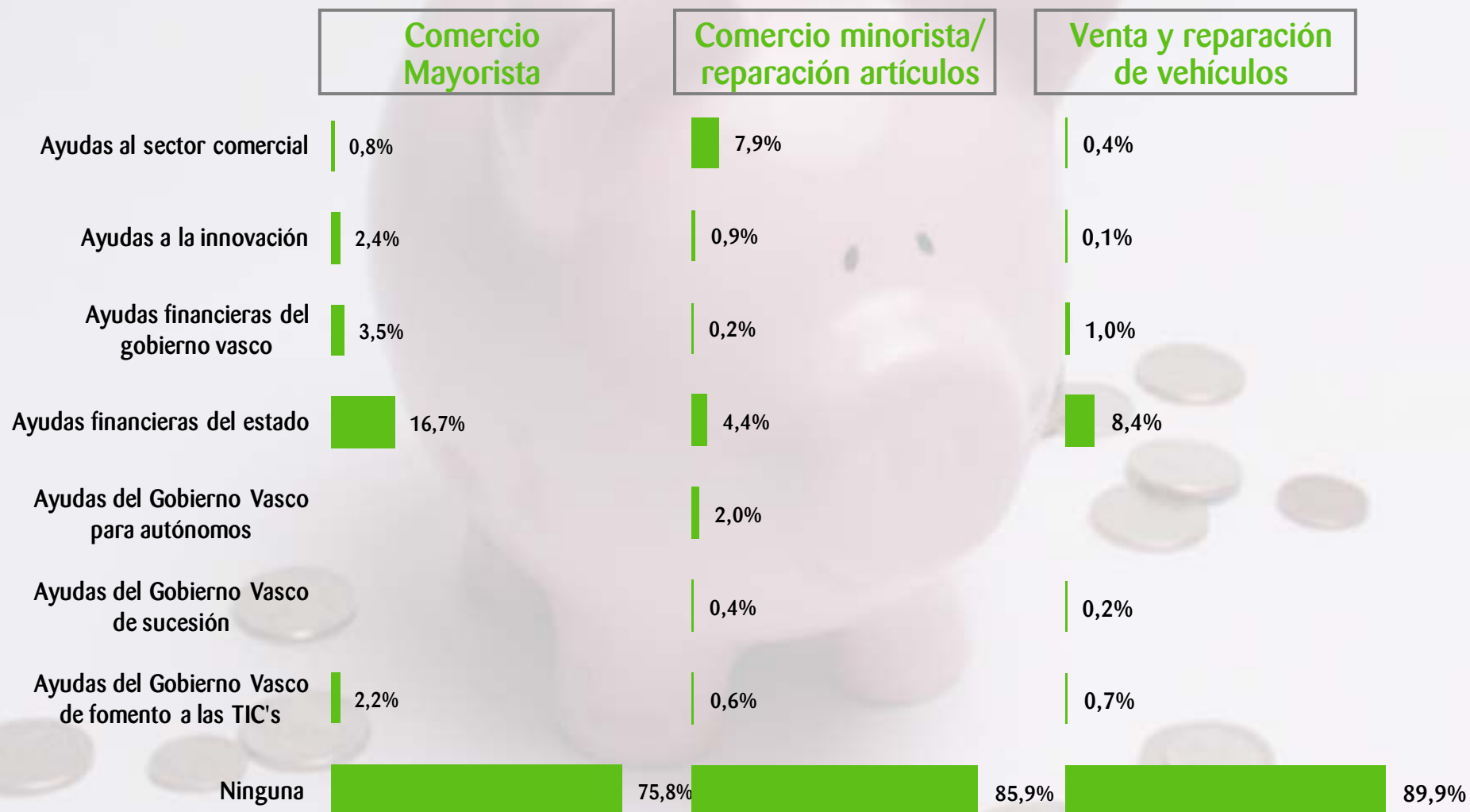
Base: Total de entrevistados

	P.25	P.26
	Ha participado durante 2.008-2.009	Ha participado durante 2.010
Programas de certificación de calidad	1,0%	0,6%
Programas de comercio excelente	1,1%	0,2%
Modernización de los establecimientos comerciales	1,4%	2,8%
Plan de promoción de la Innovación y la Cooperación	0,4%	0,8%
Programa Compite Iniciativas	0,0%	0,0%
Programa Itinerarios de Competitividad e Innovación	0,1%	0,1%
Programa Aldatu	0,1%	0,2%
Financiación del Circulante	0,9%	0,7%
Programa Resiste para la contratación de asesores financieros expertos	0,0%	0,1%
Inversión en inmovilizado (AFI)	0,1%	0,2%
Apoyo financiero al comercio interior ICO	1,7%	3,6%
ICO PYME (Préstamo o leasing para inversiones)	2,1%	2,1%
ICO MORATORIA PYME (Aplazar plazos del préstamo para reducir cuotas)	0,1%	0,1%
ICO AVANZA PYME (Préstmos y leasing para TIC's)	0,9%	0,4%
ICO LIQUIDEZ (Bonificaciones tipos de interés)	0,3%	0,1%
Transmisión empresarial y aprendizaje	0,1%	1,3%
Programa microempresa digital	0,2%	0,3%
Programa Konekta Zaitetz Lankidetzta	0,2%	0,1%
Programa Hobeki Digitala	0,2%	0,4%
Ninguno	90,4%	88,6%

* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.

Teniendo en consideración el trienio 2.008-2.010, la participación en los planes y programas existentes ha sido la siguiente:

- ACCESO A PLANES DE AYUDAS 2.008-2.010 -



En definitiva

El 16,5% de las empresas del sector de la distribución comercial en la CAPV ha accedido a algún programa de ayudas o financiación en el último trienio.

Comercio mayorista



Mayor participación en los planes existentes.

El 16,7% de las empresas que ha citado alguna, nombra las ayudas financieras del estado, las del ICO. Las ayudas financieras del Gobierno Vasco son nombradas por un 3,5%.

*Comercio minorista y
reparación de artículos*



Subsector que ha escogido en el 7,9% de los casos, los planes específicos para el sector comercio del Gobierno Vasco. El resto de programas son muy minoritarios a excepción de las ayudas financieras del ICO o las específicas para autónomos.

*Venta y reparación
de vehículos*



Menor acceso a las ayudas en este subsector de actividad, prácticamente centrado en las de apoyo financiero del comercio interior.

En definitiva

9.

“Los medios de conocimiento sobre Planes y Programas de Ayudas; agentes que intervienen ”

- La información disponible sobre las Ayudas existentes se canaliza a través de numerosos agentes.
- Así, los principales medios, entidades u organismos a través de los que las empresas han tenido conocimiento son:
 - La publicidad: 35,4%.
 - Las entidades financieras: 17,8%.
 - El asesor: 11,2%.
 - Los departamentos de promoción económica de la administración local: 8,3%.
- La dispersión de agentes se hace más palpable en el caso del comercio minorista y las reparaciones entre las que la Cámara de Comercio, las agrupaciones comerciales o la propia información del Gobierno Vasco alcanzan un nivel más alto de menciones.

P.27.: ¿A través de que medios, entidades, organismos ha conocido la existencias de estas ayudas para el sector?*

Base: 740 empresas (788 no ponderado) que conoce algún programa de ayudas

	TOTAL (n=788/ 746)	Comercio mayorista (n=262/ 203)	Comercio minorista (n=329/ 486)	Venta y reparación de vehículos (n=197/ 57)		TOTAL (n=788/ 746)	Comercio mayorista (n=262/ 203)	Comercio minorista (n=329/ 486)	Venta y reparación de vehículos (n=197/ 57)
Ví publicidad	35,4%	22,0%	41,3%	33,0%	Las plataformas de comercio urbano	0,9%	0,3%	1,1%	1,4%
Mi entidad financiera	17,8%	25,1%	13,3%	30,5%	Los Gabinetes de Asistencia Técnica (GATC) u Oficinas de Dinamización	0,8%	---	1,2%	---
Mi asesor fiscal, laboral	11,2%	12,2%	10,2%	16,5%	Tienda informática / Informático	0,3%	0,5%	0,1%	1,5%
Fomento / Promoción Económica / Lanekintza o similar del ayuntamiento	8,3%	8,2%	9,1%	1,7%	La SPRI	0,2%	0,5%	0,2%	---
Por mi mismo/a, me informé, pregunté	7,4%	3,1%	9,3%	7,2%	Información por mail / correo electrónico	0,2%	0,4%	0,2%	0,4%
Conocidos, amigos del sector	7,2%	14,1%	4,5%	5,5%	Asociaciones gremiales	0,2%	---	---	2,5%
La información de la Cámara de Comercio	6,0%	4,8%	7,3%	0,1%	A través de proveedores	0,2%	0,3%	0,1%	---
La asociación de comerciantes de mi zona	5,9%	1,0%	8,1%	4,4%	Consultoras	0,1%	---	0,2%	---
La información del Gobierno Vasco	3,8%	1,8%	5,0%	0,5%	BOE	0,1%	0,2%	0,0%	---
La Federación de Empresarios, las patronales	3,8%	4,4%	2,2%	15,1%	Por clientes	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
Lanbide	1,5%	2,5%	1,2%	---	Sindicatos	0,0%	0,1%	0,0%	---
Agencias de desarrollo	1,2%	---	1,8%	---	Oñarri	0,0%	---	0,0%	0,1%
En internet	1,1%	1,2%	1,3%	---	Otras	2,7%	5,6%	1,7%	1,7%
Elkargi	1,0%	3,5%	0,0%	0,4%	Ns/nc	1,8%	2,0%	1,9%	---

* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.



10.

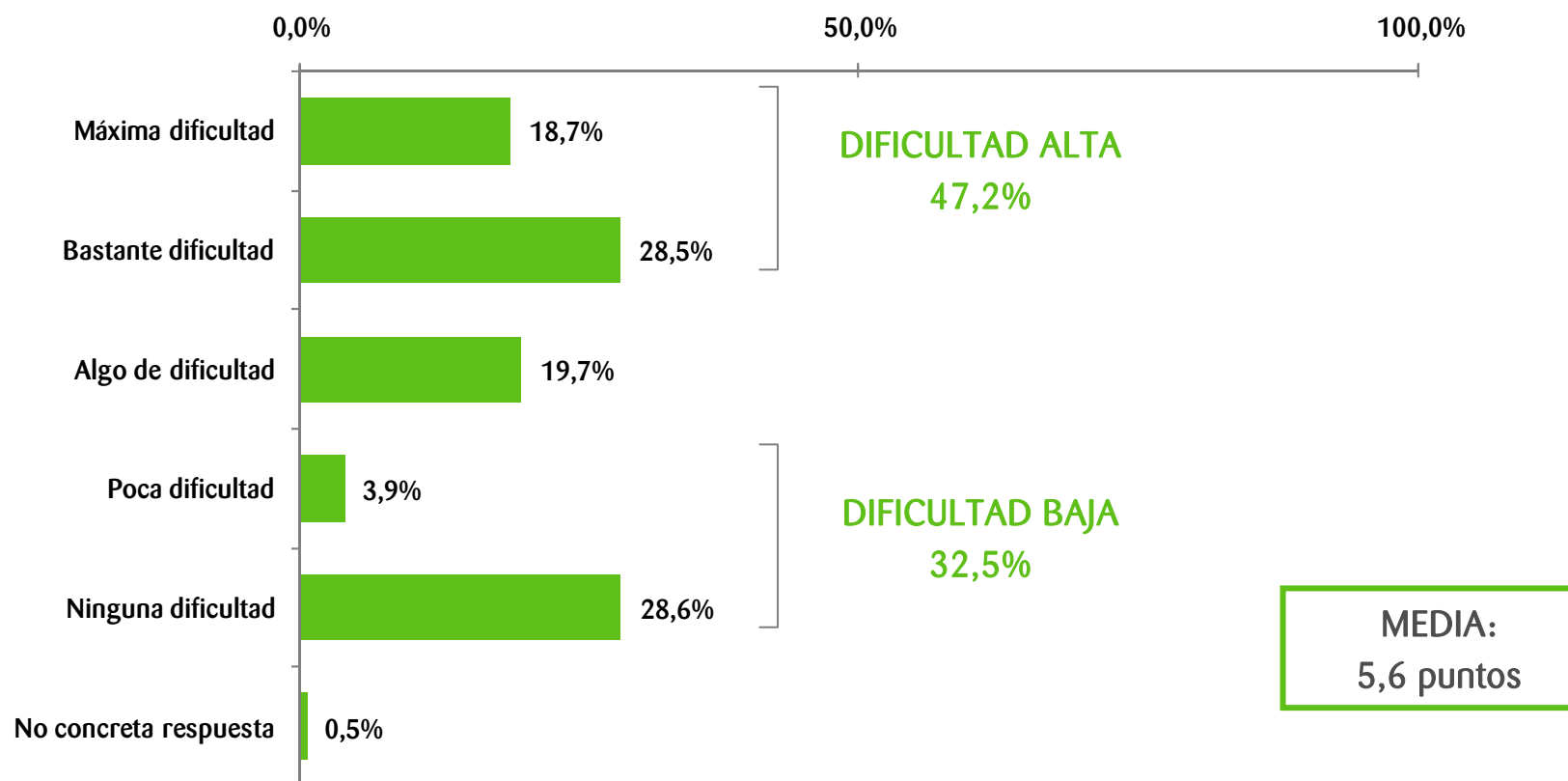
“La valoración de la experiencia en la tramitación de las Ayudas y grado de satisfacción ”

- Casi la mitad de las empresas consultadas que ha solicitado alguna ayuda considera que los requisitos administrativos necesarios para tramitarlas tienen un grado de dificultad considerable.

SON UNA DE CADA TRES, LAS EMPRESAS QUE VALORAN LOS TRÁMITES ADMINISTRATIVOS NECESARIOS PARA LA PARTICIPACIÓN EN LOS PROGRAMAS Y PLANES DE AYUDAS CON UN GRADO DE DIFICULTAD BAJO O MUY BAJO

- Por otra parte, el grado de satisfacción con los Planes y Programas de Ayudas entre las empresas que han participado es alto.

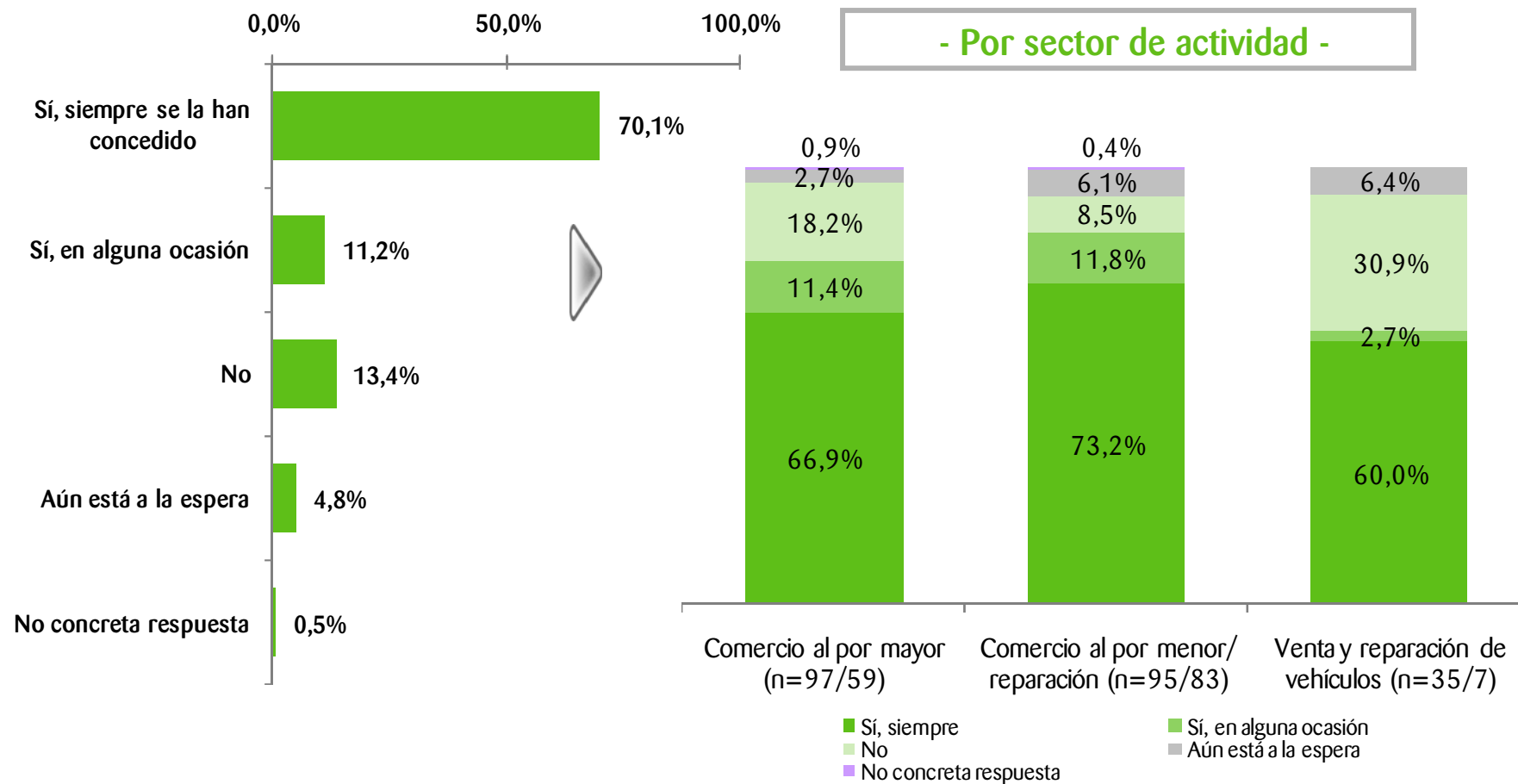
P.29.: Valoración de la dificultad de los requisitos administrativos necesarios para tramitar las ayudas*
Base: 149 (227 no ponderado) empresas que han participado en algún programa



* Puntuación media. Escala de 1 (ninguna dificultad) a 10 (máxima dificultad)

P.30.: De las ayudas que ha solicitado, ¿cuál ha sido el resultado? ¿le han concedido la ayuda?*

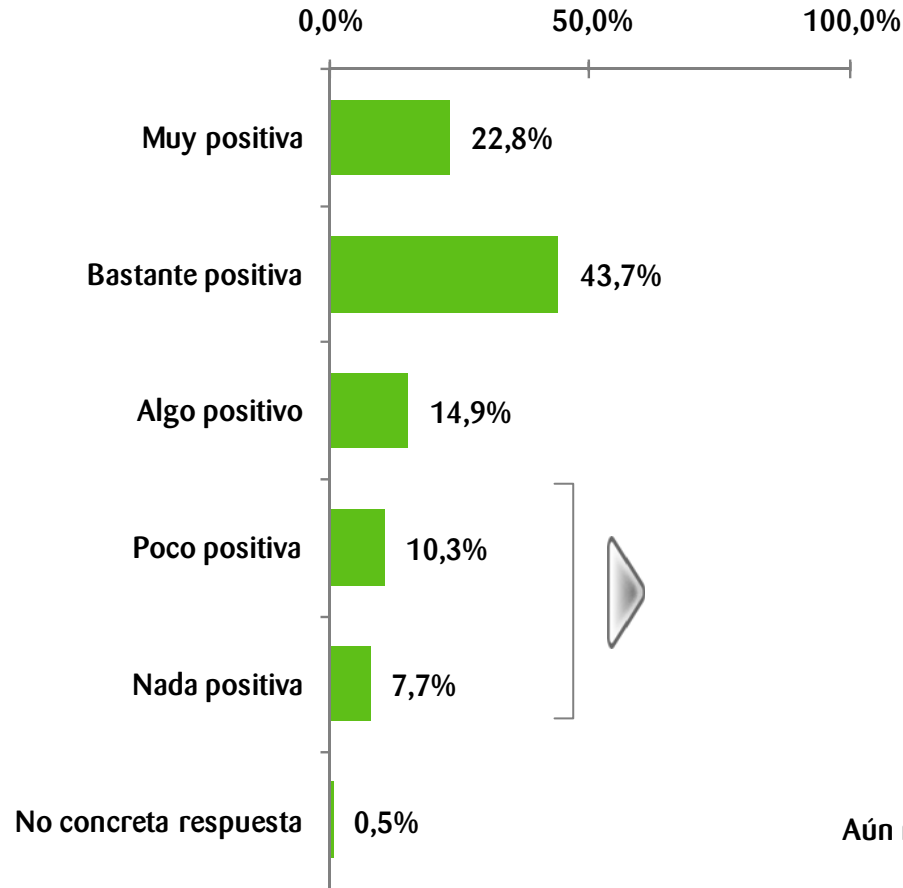
Base: 149 (227 no ponderado) empresas que han participado en algún programa



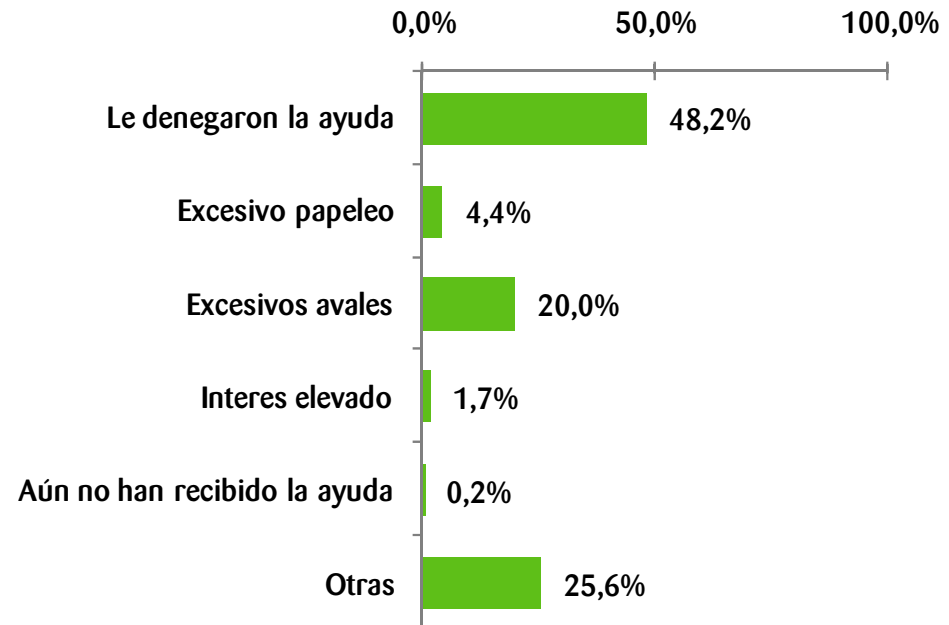
* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

P.31.: ¿Cómo valora vd su experiencia en la participación en estos programas de ayuda?

Base: 149 (227 no ponderado) empresas que han participado en algún programa de ayudas



P.31.1.: ¿Por qué motivos no fue positiva?
Base: 27 (34 no ponderado) empresas que han participado en algún programa de ayudas y no tuvo una experiencia satisfactoria.



11.

“Motivos de no participación en los Programas de Ayudas; elementos que actúan como frenos para el sector ”

- Entre las empresas de distribución comercial en la CAPV que conocen la existencia de los planes y programas de financiación disponibles y no han participado en los últimos tres años, el principal motivo es no necesitarlo, no precisar de financiación externa para el funcionamiento de su negocio.

SON POCAS LAS EMPRESAS QUE NOMBRAN COMO MOTIVOS DE NO PARTICIPACIÓN LA DIFICULTAD DE LOS TRÁMITES REQUERIDOS O LOS INTERESES POCO COMPETITIVOS.

- Por otra parte, un 28,6% de estas empresas alude a no habérselo planteado o a falta de información concreta y desconocimiento. Estos factores tienen especial incidencia en el caso de las empresas que han tenido necesidades de financiación.

PARA LAS EMPRESAS QUE CONOCEN LA EXISTENCIA DE LAS AYUDAS SE APRECIA UNA DISTANCIA, UNA BARRERA INVISIBLE A SU ACCESO; LA TOMA DE CONCIENCIA... DE LA NECESIDAD Y EN CIERTO MODO, DE LA UTILIDAD DE ESTOS PROGRAMAS.

P.33.: Me ha dicho que conoce los programas y planes de ayudas y sin embargo no ha solicitado ninguno en los tres últimos años. ¿Por qué motivos no ha considerado participar?*

Base: 597 (561 no ponderado) empresas que conoce algún programa y no ha participado

	TOTAL (n=561/597)	SEGÚN NECESIDADES DE FINANCIACIÓN				
		Sí, anterior- mente (n=115/92)	Sí, en 2.010 (n=103/ 119)	Sí, continuadas (n=72/71)	Sí, en alguna ocasión (n=146/ 140)	No (n=415/ 456)
No lo he necesitado	59,8%	18,5%	25,3%	7,9%	29,6%	69,1%
No me lo he planteado	22,7%	29,6%	50,0%	36,6%	43,3%	16,4%
No me compensan los trámites para la cuantía que se recibe	5,3%	2,6%	1,7%	2,6%	1,8%	6,3%
Se me pasó el plazo	0,7%	0,3%	0,3%	0,4%	0,2%	0,8%
No cumplía los requisitos para poder solicitarla	9,8%	26,6%	17,6%	29,2%	17,7%	7,4%
Falta de información	3,2%	9,3%	6,7%	10,5%	6,5%	2,1%
Desconocimiento	2,7%	8,8%	7,0%	11,0%	6,1%	1,7%
No me interesan / No se ajustan a sus necesidades	0,9%	1,7%	1,3%	2,1%	1,1%	0,9%
Ya solicitó ayudas anteriormente	0,3%	1,2%	0,1%	0,2%	0,8%	0,2%
Intereses poco competitivos	0,2%	---	0,1%	---	0,1%	0,2%
Otras	2,2%	0,1%	0,3%	---	0,3%	2,8%
Ns/nc	2,5%	3,4%	0,2%	0,2%	2,4%	2,5%

Han tenido necesidades de financiación y no se lo han planteado

* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.



12.

“Consideraciones finales”

Durante 2.010 en la CAPV, se ha incrementado el volumen de empresas del sector de la distribución comercial que ha precisado de financiación externa, respecto a ejercicios anteriores.

Casi una de cada cuatro empresas ha tenido necesidades de financiación

No obstante, conviene establecer diferencias en función de los distintos sectores analizados:

Comercio mayorista



Durante 2.010, el 28,1% de las empresas consultadas ha tenido necesidades de financiación externa. Extrapolando los datos, estamos hablando de aproximadamente 2.856 empresas¹ que manifiestan dificultades, habiéndose incrementado este número respecto a años anteriores en 4,2 puntos porcentuales.

Comercio minorista y reparación de artículos



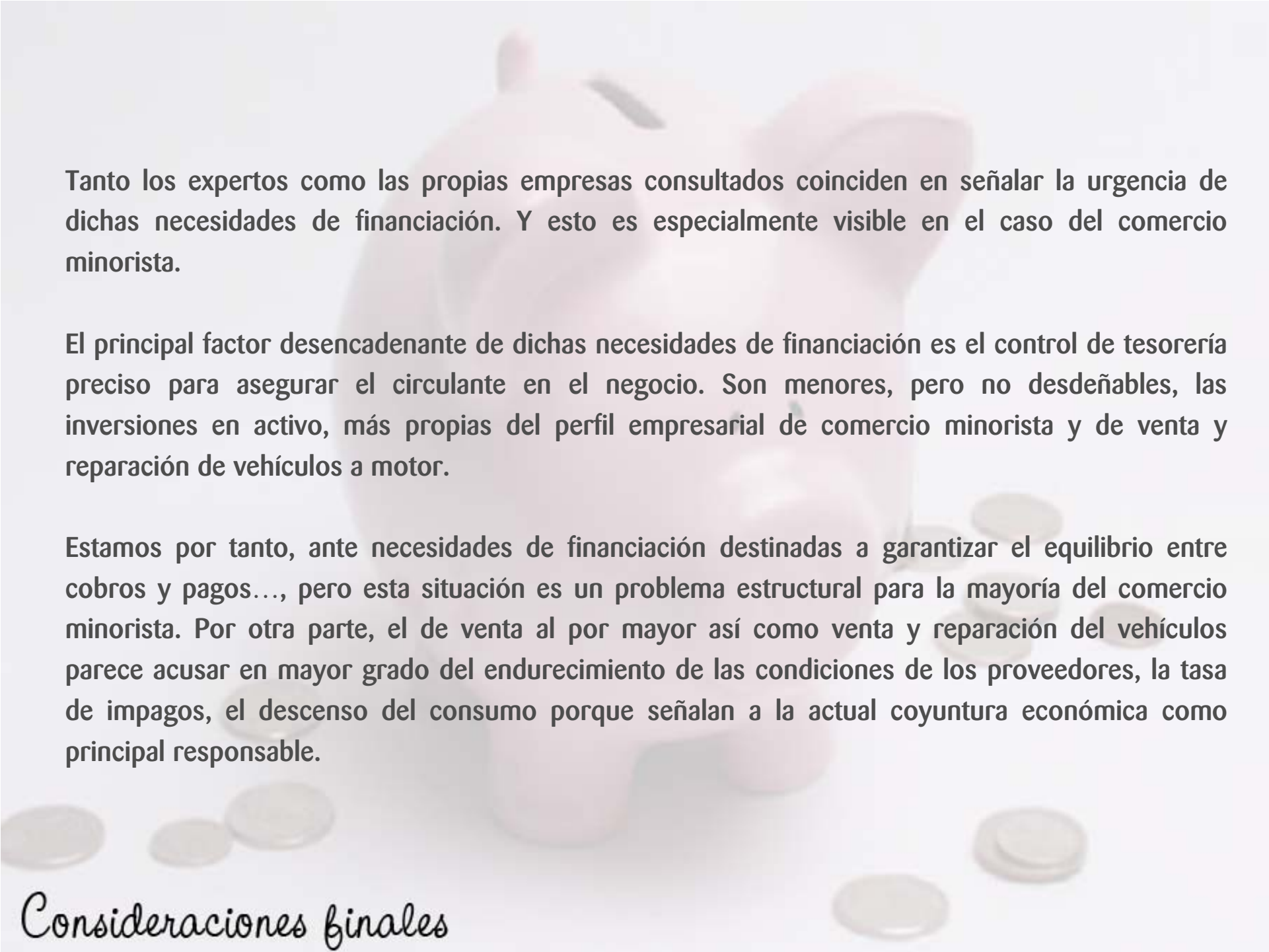
Un 22,4% de las empresas de distribución comercial minorista señala haber tenido necesidades de financiación en 2.010, constituyendo en torno a 7.438 empresas¹ en la CAPV, contando con las dedicadas a reparación de artículos y enseres.

Venta y reparación de vehículos



El 15,7% de las empresas consultadas indica haber tenido este último ejercicio necesidades de financiación externa. Extrapolando el dato respecto al total de empresas de la CAPV, 581 empresas¹ se han visto afectadas.

1. Extrapolación realizada sobre un total de 50.630 actividades de los sectores analizados en la CAPV. Fuente: Eustat, Directorio de Actividades Económicas, 2010.

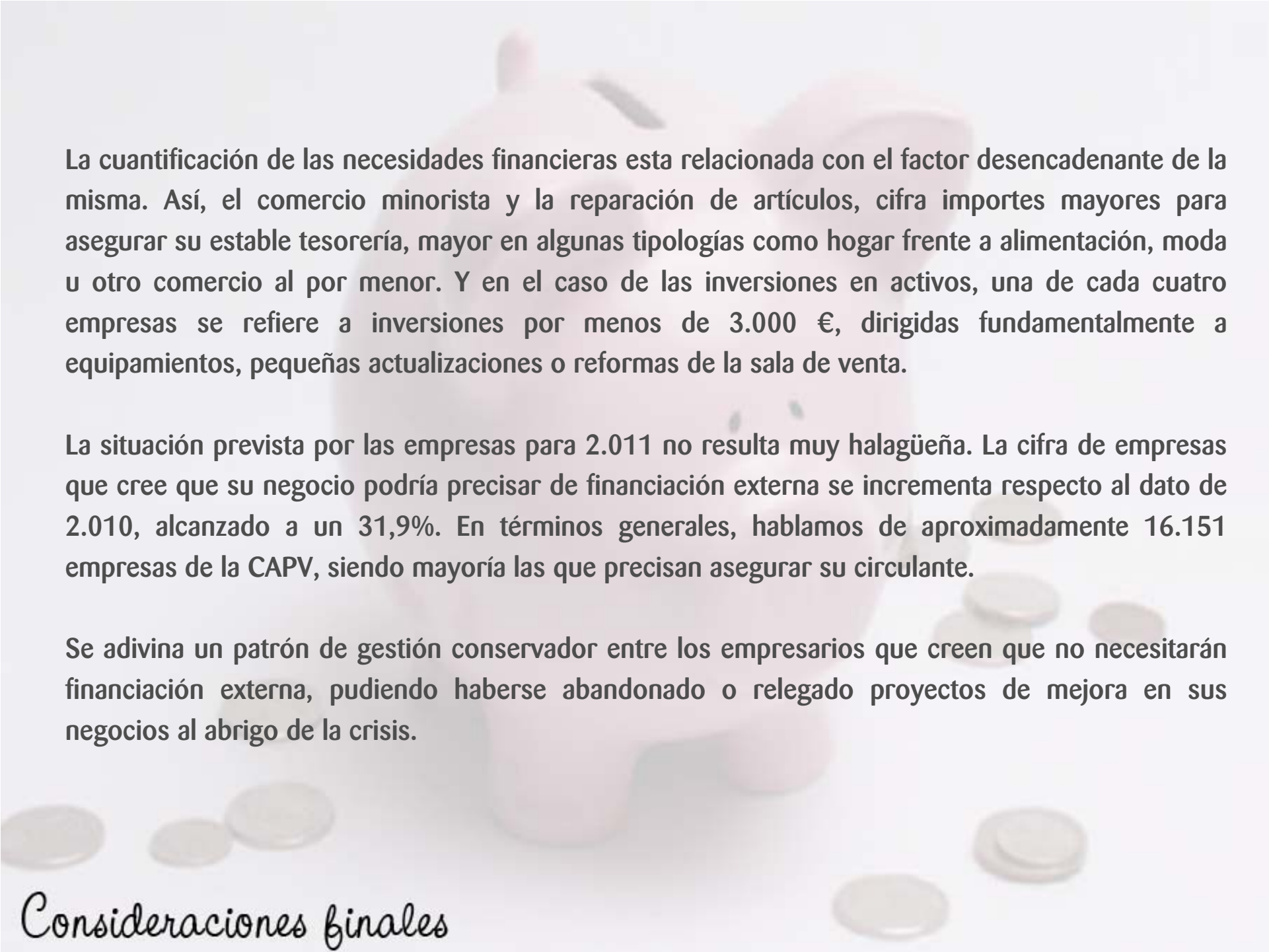


Tanto los expertos como las propias empresas consultados coinciden en señalar la urgencia de dichas necesidades de financiación. Y esto es especialmente visible en el caso del comercio minorista.

El principal factor desencadenante de dichas necesidades de financiación es el control de tesorería preciso para asegurar el circulante en el negocio. Son menores, pero no desdeñables, las inversiones en activo, más propias del perfil empresarial de comercio minorista y de venta y reparación de vehículos a motor.

Estamos por tanto, ante necesidades de financiación destinadas a garantizar el equilibrio entre cobros y pagos..., pero esta situación es un problema estructural para la mayoría del comercio minorista. Por otra parte, el de venta al por mayor así como venta y reparación del vehículos parece acusar en mayor grado del endurecimiento de las condiciones de los proveedores, la tasa de impagos, el descenso del consumo porque señalan a la actual coyuntura económica como principal responsable.

Consideraciones finales



La cuantificación de las necesidades financieras esta relacionada con el factor desencadenante de la misma. Así, el comercio minorista y la reparación de artículos, cifra importes mayores para asegurar su estable tesorería, mayor en algunas tipologías como hogar frente a alimentación, moda u otro comercio al por menor. Y en el caso de las inversiones en activos, una de cada cuatro empresas se refiere a inversiones por menos de 3.000 €, dirigidas fundamentalmente a equipamientos, pequeñas actualizaciones o reformas de la sala de venta.

La situación prevista por las empresas para 2.011 no resulta muy halagüeña. La cifra de empresas que cree que su negocio podría precisar de financiación externa se incrementa respecto al dato de 2.010, alcanzado a un 31,9%. En términos generales, hablamos de aproximadamente 16.151 empresas de la CAPV, siendo mayoría las que precisan asegurar su circulante.

Se adivina un patrón de gestión conservador entre los empresarios que creen que no necesitarán financiación externa, pudiendo haberse abandonado o relegado proyectos de mejora en sus negocios al abrigo de la crisis.

Consideraciones finales

En la actualidad hay un agente principal a la hora de resolver las necesidades de financiación externa: las entidades financieras.

La importancia otorgada a estos agentes económicos por expertos y empresarios se fundamenta en que constituyen el principal recurso de solicitud, negociación y en muchos casos, de información, de las opciones existentes para las empresas con dificultades o con necesidades crediticias

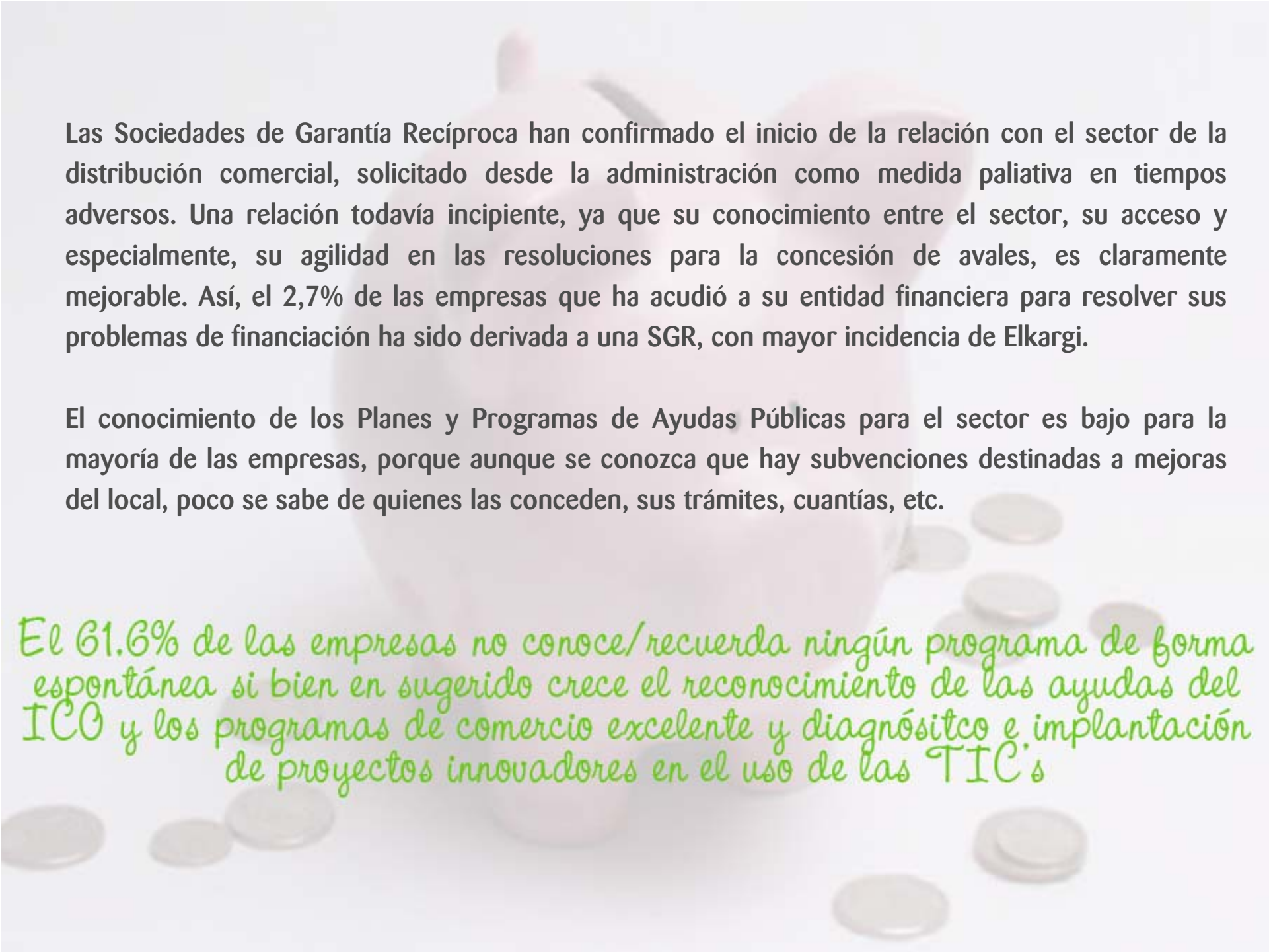
Así, el acceso a los Planes y Programas de Ayudas existentes, la deriva e información sobre las Sociedades de Garantía Recíproca se canaliza, para la gran mayoría de las empresas, a través de su banco o caja habitual.

Por otra parte, el 81,7% de las empresas que ha solicitado al banco créditos o ampliaciones de las líneas de crédito ha obtenido la financiación demandada, aunque ha observado un endurecimiento de las condiciones, solicitando más garantías, tanto personales, a los propios empresarios, como a la compañía.

Pero se advierte un mayor impacto del bloqueo crediticio de las entidades bancarias en el sector comercial minorista y entre autónomos.

La presión de cajas y bancos afecta especialmente al sector minorista más atomizado

Consideraciones finales



Las Sociedades de Garantía Recíproca han confirmado el inicio de la relación con el sector de la distribución comercial, solicitado desde la administración como medida paliativa en tiempos adversos. Una relación todavía incipiente, ya que su conocimiento entre el sector, su acceso y especialmente, su agilidad en las resoluciones para la concesión de avales, es claramente mejorable. Así, el 2,7% de las empresas que ha acudido a su entidad financiera para resolver sus problemas de financiación ha sido derivada a una SGR, con mayor incidencia de Elkargi.

El conocimiento de los Planes y Programas de Ayudas Públicas para el sector es bajo para la mayoría de las empresas, porque aunque se conozca que hay subvenciones destinadas a mejoras del local, poco se sabe de quienes las conceden, sus trámites, cuantías, etc.

El 61.6% de las empresas no conoce/recuerda ningún programa de forma espontánea si bien en sugerido crece el reconocimiento de las ayudas del ICO y los programas de comercio excelente y diagnóstico e implantación de proyectos innovadores en el uso de las TIC's

El acceso a estos Programas de Ayuda se circunscribió en 2.010, al 11,4% de las empresas del sector, con mayor participación en las de apoyo financiero al comercio interior ICO y a las destinadas a modernización de los establecimientos comerciales.

Las barreras de acceso a estos planes y programas de ayudas se proyectan en el convencimiento de los empresarios de

La dificultad y los elevados trámites de gestión que supone solicitar uno de ellos y la escasa esperanza de recibirlos



“Es difícil saber las opciones que tienes, y luego encima empiezas que si con el papeleo, a presentar balances”.

“No utilizas las ayudas o te tiras para atrás por temas de papeleo, además no tienes mucha fé en que te la concedan y casi siempre te vuelven loco...”.

“Preguntamos por un programa y me da que nos hemos metido en un lío...”.

“En las subvenciones te ponen todo muy bonito, pero yo no tengo mucha fé en ellas porque nunca me han dado ninguna”.

“No lo pides porque supone más el papeleo que lo que te van a dar”.

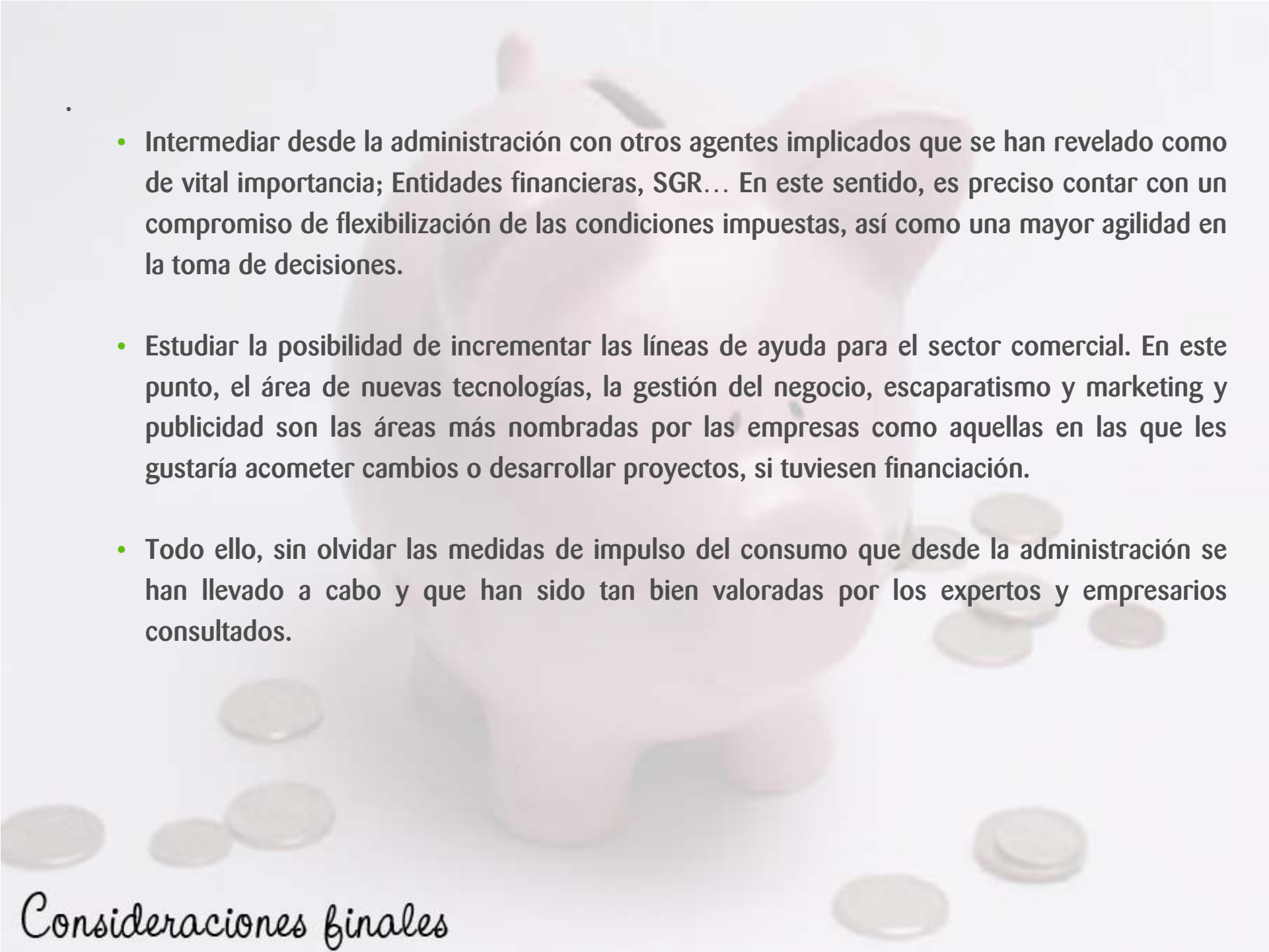
Sabemos que las empresas que han participado expresan un alto grado de satisfacción con estos programas. Pero sí es cierto que la mayoría de ellas encuentran cierto grado de dificultad en los requisitos administrativos que son necesarios para tramitarlas.

El 66.5% de las empresas que han participado en algún programa expresan un grado de satisfacción alto o muy alto con el mismo.

El análisis de las necesidades de financiación de las empresas nos ha permitido esbozar una serie de medidas que favorecerían y optimizarían los resultados de los Planes y Programas de Ayudas al sector:

- Mejora y adecuación de los canales de información al sector, favoreciendo la coordinación entre los diversos agentes implicados que actualmente vehiculizan la información disponible.
- Agilizar los trámites administrativos requeridos, flexibilizando el papeleo a un sector preferentemente atomizado que presenta dificultades para ausentarse de su establecimiento.
- Mejora de los importes sujetos a subvención. También como medida encaminada a incentivar la participación y la adecuación del sector a unos estándares determinados.

Consideraciones finales

- 
- Intermediar desde la administración con otros agentes implicados que se han revelado como de vital importancia; Entidades financieras, SGR... En este sentido, es preciso contar con un compromiso de flexibilización de las condiciones impuestas, así como una mayor agilidad en la toma de decisiones.
 - Estudiar la posibilidad de incrementar las líneas de ayuda para el sector comercial. En este punto, el área de nuevas tecnologías, la gestión del negocio, escaparatismo y marketing y publicidad son las áreas más nombradas por las empresas como aquellas en las que les gustaría acometer cambios o desarrollar proyectos, si tuviesen financiación.
 - Todo ello, sin olvidar las medidas de impulso del consumo que desde la administración se han llevado a cabo y que han sido tan bien valoradas por los expertos y empresarios consultados.

Consideraciones finales